

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Didirikannya suatu perusahaan memiliki tujuan utama yang jelas yaitu untuk memperoleh laba. Selain untuk memperoleh laba, perusahaan juga mempunyai tujuan jangka panjang diantaranya memberikan kemakmuran bagi pemegang saham dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham (Frysa, 2011:18 dalam ummi, 2015). Nilai Perusahaan dapat menjadi pandangan bagi Investor terhadap tingkat keberhasilan dari suatu perusahaan. Jika semakin banyak Investor yang tertarik untuk berinvestasi maka, semakin meningkat pula Nilai Perusahaan (Mukhtarudin dkk, 2014). Bila harga saham mengalami peningkatan hal tersebut juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan menjadi tinggi, dengan nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada perusahaan tersebut tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek dimasa depan karena Nilai Perusahaan ini sangat penting untuk mencerminkan kinerja dari suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi Investor dalam berinvestasi.

Nilai perusahaan yang tinggi dipengaruhi oleh adanya peningkatan yang terjadi pada Harga Saham. Jika harga saham mengalami peningkatan maka, semakin tinggi pula

tingkat kemakmuran yang dimiliki oleh pemegang saham. Bagi suatu perusahaan yang sudah memiliki nilai perusahaan yang sudah memiliki Nilai Perusahaan yang baik, hal tersebut akan memberikan sinyal baik untuk para Investor dalam menilai prospek keuntungan yang diperoleh perusahaan dimasa depan. Untuk mengetahui nilai perusahaan, para investor biasanya menggunakan rasio - rasio keuangan rasio keuangan yang digunakan antara lain PER,PBV dan Tobin's Q. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan indikasi mengenai penilaian para investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan prospek dimasa depan.

Pada penelitian ini pengukuran Nilai Perusahaan dilakukan menggunakan proksi Price to Book Value (PBV). PBV merupakan suatu ukuran yang memiliki fungsi untuk melihat apakah saham perusahaan tersebut murah atau mahal, PBV juga salah satu rasio keuangan yang cukup representatif untuk dapat melihat penciptaan nilai oleh suatu perusahaan. PBV juga menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Prayitno, Afzal : 2012). Jika nilai PBV rendah dapat dicerminkan melalui Harga Saham yang Under Valued, dimana hal ini mengindikasikan adanya penurunan pada Kualitas dan Kinerja Fundamental Emiten. Sedangkan jika Harga Saham yang Over Valued atau nilai PBV tinggi mencerminkan persepsi investor yang berlebihan terhadap perusahaan.

Terhadap beberapa aspek yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan salah satunya dari aspek keuangan yaitu Profitabilitas (Johan, 2012). Profitabilitas juga menjadi salah satu faktor dalam mencerminkan kinerja perusahaan yang baik (Anwar dkk, 2010). Pada prespektif teori sinyal menekankan bahwa perusahaan meningkatkan nilai perusahaan melalui, pemberian sinyal kepada para Investor melalui pelaporan informasi terkait dengan kinerja perusahaan sehingga, dapat memberikan gambaran prospek perusahaan dimasa datang. Jika pertumbuhan prospek tersebut diterima sebagai sinyal positif, dalam hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata para investor tercermin dengan adanya peningkatan Harga Saham pada Perusahaan. Dengan adanya hal ini Analisis Profitabilitas memiliki pengaruh yang sangat besar bagi para investor dan dengan alasan inilah perusahaan berupaya meningkatkan Sumber Daya yang ada untuk mencapai profit dengan maksimal sesuai dengan target pada perusahaan, guna meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

Beberapa Sumber Daya yang dimanfaatkan oleh perusahaan, yang biasanya dimulai dari Internal Perusahaan dengan cara mengoptimalkan waktu, tenaga kerja dan bahan baku. Kemudian Sumber Daya yang dimiliki perusahaan tersebut digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan suatu produk yang kemudian dipasarkan dan dipromosikan melalui iklan-iklan pemasaran produk. Upaya yang dilakukan perusahaan saat ini adalah salah satu dari banyak upaya yang dilakukan perusahaan dalam

pengungkapan perusahaan secara sosial, dan untuk mencapai suatu tujuan sesuai dengan yang diinginkan perusahaan. Dalam hal ini dibutuhkan adanya sinergi dan terjadinya hubungan timbal balik antara Masyarakat, Investor, dan Karyawan. Salah satu cara yang dilakukan adalah melakukan pendekatan atau interaksi dengan lingkungan, hal ini dikarenakan lingkungan memiliki kontribusi dalam kelangsungan perusahaan dan juga bagi kesejahteraan sosial. Karena perusahaan juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi tidak hanya pada para pemegang saham saja, melainkan juga kepada pihak lain termasuk masyarakat.

Pada saat ini ketika suatu perusahaan sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat, disaat itu pula dapat menyebabkan terjadinya tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh adanya eksploitasi perusahaan yang dilakukan secara tidak terkendali terhadap berbagai Sumber Daya guna meningkatkan laba yang dapat mengganggu keseimbangan kehidupan. Dalam hal ini CSR (Corporate Social Responsibility) adalah suatu keharusan yang dilakukan untuk meminimalisir berbagai dampak negatif yang terjadi, dalam rangka membangun perusahaan yang tangguh dan Sustainable (berkelanjutan). Saat ini kesadaran terhadap urgensi dari CSR sudah didasari oleh banyak pihak. Jika suatu perusahaan lebih responsif terhadap berbagai tuntutan dari masyarakat maka kegiatan bisnis dapat diterima oleh masyarakat luas.

Dengan begitu, pada saat ini penerapan CSR pada perusahaan tidak lagi dianggap sebagai biaya, namun suatu investasi jangka panjang perusahaan dalam rangka untuk membangun legitimasi Sosial dan Citra positif dimata publik. Hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan yang sehingga secara tidak langsung telah diatur dalam Undang Undang Perseroan Terbatas (UU PT). Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3). Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan adanya peraturan perundang-undangan diatas, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak dibidang dan atau yang berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Sanksi yang akan didapat oleh pelanggar CSR juga telah diatur dan ditetapkan dalam Undang-Undang, yaitu pada UU Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran atau perusakan

lingkungan hidup, diancaman dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “ Barang siapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah” (Sutopoyudo, 2009).

Jika perusahaan telah melakukan sesuai dengan pernyataan Undang Undang diatas, perusahaan dapat meningkatkan Profitabilitas dan kinerja finansial yang kokoh seperti dengan efisiensi lingkungan, meningkatkan akuntabilitas, *assesment*, dan komunitas investasi dapat mendorong komitmen karyawan karena mereka diperhatikan dan dihargai dan juga dapat menurunkan kerentanan gejolak dengan komunitas. Tingkat keberhasilan kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilihat diantaranya dengan melihat jumlah nilai asset yang bertambah, umur hutang dalam jangka panjang maupun pendek.

Untuk informasi mengenai profitabilitas pada sektor manufaktur sedang mengalami fluktuasi, hal tersebut dapat mengakibatkan kepercayaan dari investor berkurang. Hal ini didasarkan pada data empiris mengenai *Price Book Value (PBV)* dan *Return On Asset (ROA)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berikut data rata-rata keseluruhan sampel perusahaan dari tahun 2014 - 2019 :

Tabel 1.1

Rata-rata *Price Book Value (PBV)* dan *Return On Asset (ROA)*

Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014 - 2019

No	Rasio	Tahun					
		2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	<i>Price Book Value (PBV)</i>	1,29	1,42	2,83	2,29	1,69	2,70
2	<i>Return On Asset</i>	4,45	3,15	4,00	6,20	3,39	5,10

Sumber: ICMD 2014-2019, *IDX Statistic* 2014-2019, Data Diolah

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa rata rata *Price Book Value (PBV)* dan *Return On Asset (ROA)* untuk populasi 168 perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia selama Periode 2014 sampai 2019 mengalami fluktuatif. Untuk sementara ini investasi baru pada sektor manufaktur masih cukup rendah, hal ini disebabkan karena rendahnya kepercayaan oleh para investor. Kemudian pada tahun 2014 sampai 2016 ada beberapa perusahaan manufaktur yang terdelisting. Banyak faktor yang menyebabkan perusahaan tersebut terdelisting dari Bursa Efek Indonesia salah satunya yaitu penurunan kinerja perusahaan yang ditandai dengan adanya besar beban utang dan bunga hal ini juga menjadikan indikasi penurunan pada *Return On Asset (ROA)*.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil yang didapatkan akan sama pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia jika teori yang diterapkan sama

dengan penelitian teori terdahulu sehingga hasil penelitian ini dapat memperlemah atau memperkuat teori. Sebelumnya pada penelitian Deriyaso (2014) yang menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh antara Kinerja Keuangan dengan Perusahaan. Dengan adanya perbedaan hasil dengan penelitian sebelumnya yang tidak konsisten, maka dalam penelitian ini ingin membuktikan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Dalam penelitian ini juga ingin mengetahui antara ketiga aspek CSR yang manakah, akan mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini berfungsi sebagai variabel pemoderasi untuk melihat apakah dengan adanya CSR akan mampu memperkuat maupun memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel CSR digunakan sebagai variabel moderator karena berdasarkan dengan teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial kepada para stakeholder (Wijaya, 2015). Pasar juga memberikan respon yang positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Dalam meningkatkan nilai perusahaan adalah suatu tujuan jangka suatu perusahaan. Menurut Jensen (2001) yang menyatakan bahwa untuk memaksimumkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, seorang manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholder* dimana manajer ini akan dinilai kinerjanya

berdasarkan keberhasilannya dalam mencapai tujuan. Salvatore (2005: 9) menyatakan bahwa meningkatkan nilai perusahaan sangat penting karena tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (value of the firm).

Dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu faktor yang dapat menarik minat para pemegang saham untuk berinvestasi. Dalam penelitian Pfleiger et al (2005) yang menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan beberapa keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan para pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan yang telah diperoleh perusahaan dari adanya pengolahan lingkungan yang bertanggung jawab. Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel moderasi, variabel moderasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara memperkuat atau memperlemah pengaruh antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan *Stakeholder Theory* Hadi (2011:93) menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*stakeholder*) sebagaimana terjadi selama ini, yang sudah menjadi luas yaitu sampai ranah sosial kemasyarakatan. Hal ini terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Dengan adanya teori diatas menjelaskan bahwa pertanggung jawaban sosial yang dilakukan

suatu perusahaan dapat membawa dampak positif terhadap masyarakat maupun para pemegang saham.

I Komang Purwits (2019) menyebutkan bahwa semakin besar suatu perusahaan dalam melakukan pertanggung jawaban sosial atau *Corporate Social Responsibility* dapat menaikkan nilai perusahaan tersebut dan membuat profitabilitas juga meningkat. Sedangkan pada penelitian Zarah Puspitaningtyas (2017) dalam penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Yang artinya, semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hasil analisis ini diperoleh persamaan regresi linier dengan variabel moderasi yang menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan Meri Susanti (2011) yang menyatakan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, hasil dari penelitian ini sesuai dengan *Signaling Theory*, yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai *earning* yang semakin meningkat memiliki *signal* bahwa perusahaan tersebut akan mempunyai prospek bagus di masa yang akan datang. Dan hal ini juga menjadi alasan kenapa profitabilitas dapat menjadi salah satu dasar penilaian dalam mengukur kinerja manajemen perusahaan.

Uraian tersebut diatas menyebutkan beberapa penelitian yang berkenaan dengan Profitabilitas, Nilai Perusahaan, dan *Corporate Social Perusahaan*. Penelitian yang

menunjukkan bahwa masing-masing dari variabel tersebut memiliki pengaruh antara satu sama lainnya.

Perusahaan sektor manufaktur digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini karena perusahaan manufaktur lebih mudah dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap setiap kejadian yang terjadi baik internal maupun eksternal yang terjadi di perusahaan. Alasan lainnya adalah karena perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diurai di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian guna mengathui hasil yang sebenarnya terjadi dengan data yang relevan dalam penelitian yang berjudul **“PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis *Corporate Sosial Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian diharapkan akan memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian untuk membantu perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan bagi para emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen perusahaan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Calon Investor

Dengan adanya hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, pada saat akan melakukan investasi di perusahaan.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau sebagai bahan wacana dalam bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian mengenai nilai perusahaan maupun profitabilitas di masa yang akan datang.