

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini berkembang sangat pesat dan situasi ekonomi yang tidak menentu dewasa ini, membuat setiap perusahaan harus bertahan dan terus mempertahankan keunggulan demi bersaing di dalam dunia bisnis yang ketat pula. Guna untuk dapat tetap bersaing dan mempertahankan keunggulannya, perusahaan harus meningkatkan nilai perusahaannya. Apabila nilai perusahaan tinggi maka akan memberikan penilaian tersendiri bagi investor untuk tetap menanamkan modalnya guna untuk menjamin kesejahteraan sosialnya.

Keberadaan perusahaan ditengah lingkungan masyarakat dapat membawa dua dampak yang saling bertolak belakang. Dampak pertama yang timbul yaitu dampak positif dimana dapat dilihat dari perekonomian dan pembangunan sekitar perusahaan yang semakin membaik. Namun pada saat perusahaan berkembang, mulai terlihat dampak negatif seperti kerusakan lingkungan sekitar dapat terjadi akibat aktivitas perusahaan tersebut. Hal negatif tersebut dapat diartikan bahwa kesadaran perusahaan akan lingkungan masih kurang.

Secara garis besar *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah tindakan sosial yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk membantu kehidupan termasuk didalamnya lingkungan, ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. CSR juga dapat diartikan sebagai suatu pertanggungjawaban yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para stakeholder.

Dengan diterapkannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan akan menciptakan nilai tambah bagi stakeholder sehingga hal ini

dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (McWilliams dan Siegel, 2001). Pentingnya CSR juga disadari oleh pemerintah, terbukti dengan diaturnya kewajiban mengenai pelaksanaan aktivitas CSR dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas diungkapkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Perseroan yang tidak melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungannya maka akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pentingnya penerapan CSR dilakukan demi memenuhi kebutuhan para stakeholder. CSR juga erat kaitannya dengan nilai perusahaan dimana apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik maka akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham begitu pula sebaliknya. Sehingga dapat dikatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Dewasa ini banyak pimpinan perusahaan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpinnya pada financial performance. Paradigma yang dianut oleh banyak perusahaan tersebut adalah berorientasi pada keuntungan. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar dapat diartikan berhasil atau memiliki kinerja keuangan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja yang kurang baik. Hal ini

disebabkan karena profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2001) Profitabilitas dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan return yang terdiri dari yield dan capital gain. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba maka semakin tinggi return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Apabila seorang manajer telah bekerja keras dan berhasil meningkatkan penjualan sementara biaya tidak berubah, maka secara otomatis laba harus meningkat melebihi periode sebelumnya yang mengisyaratkan keberhasilan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan lebih merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Sukojo, 2007 dalam Rika, 2010).

Penelitian mengenai pengungkapan CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan dan hasil dari penelitian sebelumnya belum konsisten. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa dan Maria M. Ratna Sari (2013) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan kegiatan CSR dengan baik maka stakeholder akan puas dan secara tidak langsung akan menghasilkan peningkatan nilai perusahaan. Adapun penelitian yang ditemukan bahwa pengaruh pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan memiliki hubungan yang negatif dan netral, diantaranya penelitian Suci Ramona (2017) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas juga tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian juga dilakukan oleh Suhartati (2011) dengan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2007-2008 mengatakan bahwa CSR tidak signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini disebabkan karena pengukuran pengungkapan CSR yang diukur dengan content analysis, dimana hampir

seluruh sampel tidak memiliki indeks diatas 70%, hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur yang menjadi sampel belum mengungkapkan keseluruhan informasi sesuai checklist index yang menjadi acuan dalam mengukur tingkat pengungkapan informasi CSR.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar balakang di atas, makan dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari pembahasan masalah dari penelitiaan ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan aspek teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru di bidang manajemen, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan aspek praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan dalam menerapkan dan memanfaatkan *Corporate Social Responsibility* dan menaikkan profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan bagi perusahaannya. Selain itu, diharapkan dapat membantu investor untuk memilih secara bijak dalam berinvestasi atau menanamkan modalnya.