

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan zaman seperti ini akan memberikan persaingan yang ketat pada perusahaan yang bergerak diberbagai sektor bisnis. Ketatnya persaingan yang terjadi antar perusahaan akan menuntut mereka untuk berinovasi dan memberikan pelayanan terbaik. Dengan tujuan agar perusahaan mendapatkan citra yang baik di mata pelanggan dan dilingkungan masyarakat sekitar. Dengan kondisi tersebut akan menempatkan perusahaan-perusahaan pada posisi yang stabil yakni memiliki nilai perusahaan yang baik dimasa yang akan datang, sehingga akan menjadi pertimbangan yang baik juga bagi para investor untuk menanamkan modalnya.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang baik maka perusahaan akan mendapatkan pandangan yang baik pula oleh para calon investor. Menurut Noerirawan (2012), nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Semakin tinggi harga saham tidak hanya menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik namun juga menunjukkan bagaimana prospek perusahaan dimasa mendatang. Disini nilai perusahaan diprosikan dengan *Price to Book Value (PBV)*, yang merupakan perbandingan harga pasar per lembar saham terhadap nilai buku per lembar saham perusahaan-perusahaan terbuka.

Di akhir tahun 2018 tercatat sebanyak 630 perusahaan yang mendaftarkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan banyaknya jumlah perusahaan maka akan semakin menyulitkan investor untuk menentukan kebijakannya dalam berinvestasi. Karena jika investor melakukan investasi yang

tidak tepat akan berdampak pada *return* yang diterima. *Return* investasi bersumber dari dua komponen, yaitu *yield* dan *capital gain (loss)*. *Yield* merupakan pendapatan atau keuntungan yang diperoleh investor atas kegiatan investasi yang telah dilakukannya. Hal ini berarti apabila berinvestasi dalam saham maka ditunjukkan oleh besarnya dividen yang diperoleh. *Capital gain (loss)* merupakan kenaikan atau penurunan harga surat berharga (saham atau obligasi) yang dapat memberikan keuntungan atau kerugian bagi investor.

Melakukan analisa saham merupakan hal yang sangat penting bagi investor. Menurut Husnan (2008:315), upaya yang dilakukan oleh investor dalam melakukan analisis saham terdapat dua pendekatan dasar yaitu analisis fundamental dan analisis teknikal. Analisa fundamental merupakan analisa yang dilakukan oleh investor dengan memperkirakan harga saham yang akan datang berdasarkan pada faktor-faktor fundamental yang dapat mempengaruhi harga saham. Adapun fundamental tersebut meliputi kinerja keuangan perusahaan (aset, pendapatan, laba, dan lain-lain) beserta hal-hal di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan (pelanggan, kompetitor, industri, ekonomi negara dan dunia, dan lain-lain). Berbeda dengan analisa fundamental, analisa teknikal merupakan analisa yang dilakukan oleh investor berdasarkan pengamatan pada perubahan harga saham tersebut di periode sebelumnya.

Meningkatkan nilai perusahaan adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan. Karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti semakin maksimal pencapaian tujuan dari perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan sebuah prestasi bagi pemilik perusahaan. Karena dari hasil pencapaian tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan para pihak yang berkepentingan. Dengan meningkatnya jumlah perusahaan mengakibatkan terjadinya eksploitasi besar-besaran terhadap sumber daya alam dan masyarakat sosial sehingga dapat mengakibatkan kerusakan pada lingkungan sekitar. Oleh karena itu, muncul kesadaran bagi perusahaan untuk mengurangi dampak negatif tersebut dengan cara mengembangkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Corporate social responsibility merupakan sebuah komitmen dari perusahaan untuk ikut serta dalam mengembangkan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dari perusahaan dan memberikan perhatian pada terciptanya keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Munculnya CSR terdapat pada tahun 1930-an. Pada waktu itu terdapat permasalahan yang berkembang dimasyarakat yang disebabkan oleh ulah perusahaan yang tidak memperdulikan masyarakat disekitarnya. Terlebih lagi pada saat itu terjadi resesi dunia secara besar-besaran yang memberikan dampak pengangguran dan banyaknya perusahaan yang mengalami kebangkrutan. Masyarakat pada saat itu menilai bahwa perusahaan tidak memiliki tanggung jawab moral kepada lingkungan sekitar, sehingga terdapat beberapa perusahaan yang menyadari akan kemarahan masyarakat yang kemudian memberikan jaminan atas ulah perusahaan sebelumnya.

Pada saat ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu kewajiban atau keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mempertanggungjawabkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Untuk itu eksistensi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan harapan masyarakat sekitar (Hadi, 2011:103). Adanya kewajiban dalam menerapkan CSR didasari oleh **Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007**. Pasal-pasal yang mengatur CSR diantaranya, **Pasal 1 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun pada masyarakat pada umumnya**. **Pasal 66 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : Laporan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memuat sekurang-kurangnya: Laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan**. **Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan :**

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.**
- (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.**
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.**
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah (www.hukumonline.com)**

Bagi perusahaan yang melanggar kegiatan CSR dikenai sanksi pidana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH). Pada Pasal 41 ayat (1) menyatakan : “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Kemudian, Pasal 42 ayat (1) yang menyatakan bahwa : 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).

Pada saat ini CSR tidak lagi berdasarkan pada *single bottom line*, yakni nilai perusahaan yang digambarkan pada finansialnya saja. Akan tetapi CSR sudah harus berpijak terhadap *triple bottom lines*. *Bottom lines* yang dimaksud di sini adalah finansial, sosial, dan lingkungan. Perusahaan dapat memiliki prospek yang baik apabila perusahaan memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Sudah menjadi fakta bahwa sekarang ini masyarakat akan memilih mengkonsumsi produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli pada lingkungan sekitar.

Terdapat survei yang telah dilakukan oleh Booth-Harris Trust Monitor (2001) dalam Sutopoyudo (2009) yang menyatakan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan produk yang memiliki citra buruk dan diberitakan negatif. Maka perusahaan harus menjaga kualitas produk dan citra perusahaan. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara berkelanjutan, maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Wijayanti, 2012). Dengan melakukan kegiatan CSR perusahaan secara tidak langsung telah melakukan kegiatan marketing bagi perusahaan. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, 2005 dalam Sutopoyudo, 2009). Hal tersebut berarti bahwa CSR sangat berperan terhadap meningkatnya nilai perusahaan sebagai dampak dari meningkatnya nilai penjualan perusahaan yang dapat dilakukan dengan cara mengadakan berbagai aktivitas sosial di lingkungan masyarakat sekitarnya.

Selain itu, perusahaan sebagai entitas ekonomi seharusnya memiliki tujuan yang jelas, tujuan yang pertama adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Tujuan yang kedua adalah menyejahterakan pemilik perusahaan beserta para pemegang saham. Kemudian tujuan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin terhadap harga sahamnya (Martono dan Agus, 2005:2). Dari ketiga tujuan perusahaan tersebut secara substansial tidak jauh berbeda. Yang membedakan hanya pada penekanan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Menurut Hanafi, (2003:8) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu. Menurut Prasetyorini (2013) menjelaskan bahwa laba bersih yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan menggambarkan profitabilitas perusahaan. Penggunaan ekuitas dan modal sendiri perusahaan dalam memperoleh laba disebut profitabilitas (Sari dan Priyadi, 2016). Perusahaan memiliki tujuan untuk mencapai laba yang sebesar-besarnya yang

berarti mengandung konsep bahwa setiap perusahaan harus melakukan kegiatannya dengan efektif dan efisien. Efektif disini berkaitan dengan tujuan perusahaan yang ingin dicapai, sedangkan efisien berkaitan dengan pengeluaran biaya yang seminimal mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Jika pendapatan diperoleh secara maksimal dan biaya yang dikeluarkan seminimal mungkin, maka akan tercapailah laba yang maksimal (Martono dan Harjito, 2008:2).

Menurut Tandelilin, (2001:240) menjelaskan bahwa salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Dalam profitabilitas dapat menunjukkan berapa besar keuntungan dari investasi yang didapat, hal tersebut berarti profitabilitas memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan profitabilitas perusahaan berbanding lurus dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti, semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan maka akan semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. Menurut Husnan, (2001:317), menjelaskan apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh kebijakan dividen. Menurut Harjito dan Martono (2013:253) dividen merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan keputusan pendanaan perusahaan. Pada dasarnya kebijakan dividen merupakan penentuan porsi keuntungan yang akan diterima oleh para pemegang saham. Menurut Brigham, (2001:65), menjelaskan bahwa kebijakan pembayaran dividen merupakan hal yang penting yang menyangkut apakah arus kas akan dibayarkan kepada investor atau akan ditahan untuk diinvestasikan kembali oleh perusahaan. *Return* yang dapat diterima oleh investor salah satunya adalah dividen, dividen adalah hak investor atas perolehan laba dari perusahaan atas investasi yang telah dilakukannya.

Yang dimaksud dengan kebijakan dividen (*dividend policy*) adalah pengambilan keputusan apakah laba yang berhasil diperoleh perusahaan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan

dalam bentuk laba ditahan yang digunakan untuk melakukan pembiayaan investasi di masa mendatang. Semakin besar dividen, harga saham semakin tinggi karena harga saham merupakan *present value* (nilai sekarang) dari dividen yang akan diterima oleh pemilik saham, sehingga kemakmuran pemegang saham akan meningkat dan nilai perusahaan akan naik (Kusumawati dan Irawati, 2013:173-174). Adanya kebijakan dividen juga diasumsikan sebagai komitmen perusahaan dalam pembagian sebagian laba yang diperoleh perusahaan kepada para pemegang saham. Kebijakan dividen dapat mempengaruhi besarnya laba ditahan perusahaan dimana laba ditahan tersebut merupakan sumber pendanaan internal perusahaan yang digunakan untuk melakukan kegiatan perusahaan dimasa mendatang. Kebijakan dividen mengacu pada seperangkat aturan yang ditentukan oleh perusahaan dalam menentukan seberapa banyak keuntungan yang dialokasikan untuk dibagikan kepada para pemegang saham (Priya dan Mohanasundari, 2016). Salah satu rasio yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam menentukan kebijakan dividen yang nantinya akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan yaitu *Dividend Payout Ratio (DPR)*

Dividend Payout Ratio merupakan suatu bentuk kebijakan perusahaan mampu menetapkan proporsi laba yang diterima perusahaan untuk kemudian dibayarkan kepada investor sesuai dengan jumlah saham yang dimiliki (Senata, 2016). Yang dimaksud *dividend payout ratio* yaitu rasio yang digunakan untuk menentukan besarnya laba yang dapat ditahan sebagai sumber pendanaan internal. Menurut Kasmir (2010), menyatakan bahwa semakin besar laba ditahan semakin sedikit jumlah laba yang dialokasikan untuk pembayaran dividen. Jika dividen yang dibagikan besar maka hal tersebut akan meningkatkan harga saham yang juga berakibat pada peningkatan nilai perusahaan.

Terdapat beberapa teori yang menjelaskan pengaruh antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan, antara lain teori ketidakrelevanan dividen (*dividend irrelevance theory*) yang diajukan oleh Merton Miller dan Franco Modigliani (1958) dalam Brigham (2001:66), yang menjelaskan bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh baik terhadap nilai perusahaan maupun biaya

modalnya. Mereka berasumsi bahwa nilai perusahaan hanya dapat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba atas usahanya dan bukan ditentukan oleh besarnya dividen yang dibagikan. Teori selanjutnya adalah teori *bird-in-the hand* yang diajukan oleh Myron Gordon dan John Lintner (1959) dalam Birgham (2001:67), yang menjelaskan bahwa nilai perusahaan akan dimaksimumkan oleh rasio pembayaran dividen yang tinggi, karena investor menganggap bahwa risiko dividen tidak sebesar kenaikan biaya modal, sehingga investor lebih menyukai keuntungan dalam bentuk dividen daripada keuntungan yang diharapkan dari kenaikan nilai modal. Dua teori tersebut sangat bertolak belakang dan sampai sekarang belum terpecahkan mengapa terjadi perbedaan.

Profitabilitas atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan berpengaruh terhadap jumlah dividen yang akan dibayarkan kepada pemegang saham. Semakin besar laba yang diperoleh perusahaan maka akan semakin besar pula kemampuan pembayaran dividen yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dengan dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan (Matono dan Agus, 2005:3). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada periode penelitian, yaitu menggunakan periode penelitian yang terbaru 2016-2018. Kemudian pemilihan objek, pada penelitian ini objek yang diteliti yaitu perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, peneliti memilih judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan” dengan objek yang diteliti pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 ?
3. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 ?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pentingnya perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* yang kemudian diungkapkan dalam *sustainability reporting*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan mengenai bagaimana perkembangan perusahaannya di bursa saham.

b. Bagi Investor

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk para investor dalam menentukan pengambilan keputusan untuk melakukan investasi khususnya pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Serta memberikan sebuah wawasan baru dalam mempertimbangkan berbagai aspek yang harus diperhatikan dalam investasi yang tidak hanya berpaku pada aspek moneter saja.

c. Bagi Masyarakat

Masyarakat mendapatkan stimulus secara proaktif sebagai pengawas dan pengontrol atas kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan memberikan wawasan agar kesadaran masyarakat semakin meningkat atas hak-hak yang seharusnya diperoleh.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Serta dapat menambah wawasan dan dapat menerapkan ilmu ekonomi di tempat bekerja nantinya.

b. Bagi Akademisi

Dapat menjadi tambahan bahan kepustakaan dibidang akuntansi keuangan lanjutan pada STIE Malangkececwara.