

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan yang dilakukan, perusahaan selalu berupaya menjaga keunggulan bisnis yang dijalankannya dari *competitor* untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Nilai suatu perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga sama maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana, 2009:7). Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya. Salah satu tujuan perusahaan memaksimumkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham.

Dalam mencapai nilai perusahaan yang baik maka perusahaan memiliki tanggung jawab dalam aspek sosial dan lingkungan hidup dengan menjalankan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. CSR sebagai peran kesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan perekonomian, serta meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan masyarakat. Tren globalisasi saat ini yang disertai pula oleh meningkatnya permintaan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk melakukan CSR telah mendorong perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR (Chapple dan Moon, 2005 dalam Saleh et al, 2010). Banyak perusahaan yang kini sudah menerapkan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*, karena CSR merupakan kewajiban perusahaan yang diatur dalam Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas, yang telah disahkan oleh negara pada 20 juli

2007. Dalam pasal tersebut ada beberapa poin penting yang dinyatakan: Ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan & diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan & kewajaran. Ayat (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Ayat (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial & lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. Dengan adanya aturan yang dapat di undang-undang tersebut, setiap perusahaan khususnya perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam harus melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Apabila perusahaan melanggar aturan yang telah ditentukan oleh Undang-Undang yang berlaku, maka perusahaan akan mendapatkan sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku. Misalnya perusahaan melakukan pencemaran lingkungan maka dapat sanksi yang tertulis dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 1997 Tentang Lingkungan Hidup.

CSR memang tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan hasil, baik langsung maupun tidak langsung pada nilai perusahaan. Maka semakin sering perusahaan melakukan CSR, maka perusahaan memperoleh respon positif dari masyarakat. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan. CSR dianggap mampu untuk meningkatkan citra perusahaan dan membuat perusahaan lebih 'bernilai' (Hana, 2011). Masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melaksanakan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati *investor*. Dalam melaksanakan CSR perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya yang akan mengurangi pendapatan

sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi dan diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat.

Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Selain *Corporate Sosial Responsibility* dapat mempengaruhi nilai perusahaan, ada juga faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan salah satu diantaranya profitabilitas. Suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab social perusahaan secara transparan (Afifudin et al., n.d.).

Jika laba perusahaan baik maka para *stakeholder* seperti kreditur, *supplier* serta investor akan tertarik untuk melihat seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan. Menurut pasal 74 UU perseroan terbatas No. 40 tahun 2007 hanya mewajibkan korporasi yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang terkait dengan sumber daya alam (Mulyadi, 2016). Ada beberapa anggapan yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi Anggraini (1997) dalam Nia Hardiyanti (2012) menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif. Karena rasio profitabilitasnya menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Objek penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah seluruh perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Perusahaan Farmasi dipilih, karena kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang mana berdampak langsung pada lingkungan. Perusahaan Farmasi pada tahun 2015 mengalami permasalahan terkait tentang

produk anestesi yang dikeluarkan yang dapat membahayakan masyarakat dan lingkungan. Perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak yang diberikan terhadap masyarakat dengan melakukan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility*. Dengan melakukan CSR dan tingkat laba yang tinggi maka akan mengubah pandangan masyarakat dan investor terkait dengan citra perusahaan, sehingga mempengaruhi nilai perusahaan, hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk lebih memperjelas PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, HARGA SAHAM, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019?
2. Apakah harga saham berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga saham terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.
3. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Berdasarkan aspek teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru terkait dengan pengaruh Corporate Social Responsibility, harga saham dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran untuk melakukan CSR yang juga dapat mempengaruhi nilai perusahaannya, sehingga ada nilai lebih dibanding perusahaan lain yang tidak menerapkan CSR di mata masyarakat dan investor. Karena saat ini masyarakat sudah mulai peduli dengan lingkungan.
2. Bagi Investor, sebagai pertimbangan yang perlu diperhitungkan dalam melakukan investasi terhadap perusahaan-perusahaan, agar lebih memilih perusahaan yang telah melakukan CSR.
3. Bagi Masyarakat, memberikan wawasan dan pemahaman terkait dengan hak-hak yang mestinya diperoleh masyarakat atas tindakan perusahaan.