

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di jaman sekarang ini dunia semakin berkembang yang di tandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan. Semakin banyaknya perusahaan yang muncul menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat sehingga perusahaan harus lebih efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan operasi demi menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Dalam hal ini perusahaan sangat membutuhkan investor, karena akan memberikan pengaruh positif bagi nilai perusahaan serta mempengaruhi biaya modal perusahaan secara keseluruhan. Tujuan investor menginvestasikan dananya ke pasar modal guna untuk mendapatkan suatu perusahaan dan memperoleh deviden yang dibagikan.

Salah satu hal yang diperhatikan investor sebelum menginvestasikan dananya ke pasar modal yaitu dengan melihat kinerja keuangan perusahaan. Bagi perusahaan itu sendiri meningkatkan keuangan perusahaan merupakan suatu kewajiban agar saham perusahaan tersebut dapat menarik minat investor. Selain kinerja keuangan perusahaan, nilai perusahaan juga merupakan suatu hal yang penting bagi investor dalam menginvestasikan sahamnya di pasar modal. Nilai perusahaan menurut Nurlaela dan Islahudin (2008) didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin makmur para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan harga yang siap dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses komunikasi dari dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok tertentu yang memiliki kepentingan secara keseluruhan. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut membawa dampak positif bagi nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu keunggulan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif juga oleh investor melalui harga saham yang meningkat, karena semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Kekayaan perusahaan dan pemegang saham akan di presentasikan dari harga saham yang diambil dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset. Nilai perusahaan di bentuk

dari nilai pasar saham yang dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi tersebut akan memberikan dampak yang positif bagi perkembangan perusahaan kedepannya sehingga nilai perusahaan pun meningkat.

Disiplin akuntansi perusahaan mengeluarkan wacana baru Belkaoui dalam *Social Responsibility Accounting* yang bertujuan untuk mengungkapkan item-item individual yang mempunyai dampak sosial yang meliputi seluruh biaya yang di tanggung oleh perusahaan sebagai akibat operasi usaha yang dijalankan baik privat maupun biaya publik. Pelaksanaan program CSR ini merupakan suatu investasi yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. CSR ini melibatkan tanggung jawab perusahaan dengan pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat dan komunitas setempat.

Tanggung jawab sosial perusahaan juga dikatakan sebagai suatu hubungan antara perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk pelanggan, pegawai, komunitas, investor, pemerintah, supplier dan kompetitor. *Global Impact Initiative* dalam Kusumadilaga (2010) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan hidup orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup planet ini. Program-program perusahaan yang dijalankan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat, beasiswa dan sebagainya.

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk. Sekarang ini, masyarakat cenderung lebih memilih produk yang di produksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Adapun survei yang dilakukan oleh Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan produk yang memiliki citra buruk. Banyak manfaat yang di peroleh perusahaan dalam menjalankan program CSR ini antara lain produknya disukai konsumen dan perusahaannya diminati oleh investor.

Pelaksanaan CSR ini akan meningkatkan laba perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan dari para investor yang menginvestasikan saham di perusahaan. Nurlala dan Islahudin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktek CSR yang baik diharapkan nilai perusahaan akan di nilai dengan baik oleh para investor. *Corporate Social Responsibility* dapat juga digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu berkelanjutan. Bila menggunakan CSR berarti pemerintah harus mengeluarkan biaya. Biaya ini akan menjadi beban sehingga mengurangi pendapatan dan mengakibatkan profit perusahaan pun turun. Akan tetapi

dengan menjalankan program CSR ini, citra perusahaan akan semakin baik sehingga minat konsumen juga akan semakin meningkat.

Sutopoyudo (2009) menyatakan dengan meningkatnya minat konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan juga semakin membaik karena program CSR dan profitabilitas perusahaan pun akan meningkat juga sesuai yang di harapkan. Oleh karena itu CSR memiliki peran yang penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari penjualan yang dilakukan dengan berbagai cara aktivitas sosial di lingkungan sekitar.

Dalam Rakhiemah dan Agustia (2009) perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari kegiatan CSR apabila di lakukan dengan sungguh-sungguh, diantaranya mempererat hubungan dengan *stakeholders*, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan yang terkait dengan praktek dan aktivitas bisnis.

Kinerja keuangan adalah suatu gambaran kondisi keuangan pada periode tertentu, dimana informasi laporan keuangan dan kinerja keuangan pada masa lalu akan menjadi dasar untuk memprediksi laporan keuangan dan kinerja keuangan pada masa yang akan datang. Analisis keuangan juga dapat di lihat dengan analisis rasio keuangan dari semua laporan keuangan yang dilaporkan di masa depan. Dalam kinerja perusahaan dari sisi manajemen mengharapkan mendapatkan laba bersih yang tinggi sebelum pajak, karena semakin tinggi laba yang didapatkan maka semakin fleksibel juga perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Pencapaian laba merupakan indikator yang penting karena hasil akhir dari aktivitas operasi perusahaan selalu mengarah pada laba bersih perusahaan sebelum pajak. Laba bersih perusahaan sebelum pajak tidak bisa menunjukkan kinerja laba sehingga diperlukan indikator lain, dalam penelitian yang digunakan *Return on Assets*. Kinerja keuangan dalam hal ini berguna untuk menilai kondisi keuangan perusahaan pada tahun berjalan (Gunawan 2007).

Profitabilitas di dalam penelitian ini di proksikan dengan *Return on Assets* merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba bersih dari aktivitas perusahaan yang dilakukan dalam periode akuntansi. Profitabilitas adalah hasil akhir dari setiap kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan dalam Puspita (2009). Dengan ini dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas operasional yang dijalankan selama periode akuntansi.

Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Assets (ROA)* merupakan kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh laba secara

keseluruhan. Semakin besar *Return On Assets* perusahaan, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang didapatkan perusahaan dari segi penggunaan aset.

Kusumadilaga (2010) melakukan penelitian tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini juga mengacu pada penelitian Kusumadilaga (2010) yang meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan karena secara teoritis semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan maka semakin kuat juga hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Standar penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) untuk mengukur pengungkapan sosial didalam penelitian ini. Alasan digunakannya standar GRI ini karena pengungkapan yang terdapat di dalam GRI bersifat internasional dan dapat digunakan untuk berbagai macam sektor dan ukuran perusahaan.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017-2019. Alasannya karena perusahaan ini lebih mudah berpengaruh pada kondisi ekonomi dan lebih sensitif pada setiap kejadian di perusahaan. Selain itu juga perusahaan manufaktur sektor bahan konsumsi ada kaitannya dengan lingkungan dan masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil yang di peroleh akan sama. Jika teori yang diterapkan sama dengan penelitian terdahulu maka hasil penelitian ini dapat memperkuat teori yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Atas dasar permasalahan diatas maka penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan manfaat keilmuan mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.
- b. Dapat menjadi bahan perbandingan dari penelitian terdahulu dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya *Corporate Social Responsibility* yang di ungkapkan dalam laporan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan guna meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial.
- b. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak hanya terpaku pada kegiatan moneter.