BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan, karena dengan memaksimumkan nilai perusahaan berarti perusahaan juga berupaya untuk memaksimumkan kepuasan para pemegang saham. Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Munawaroh, 2014). Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham akan semakin meningkat (Wahyudi dan Pawestri, 2006). Menurut Fama (1978) nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Harga saham terbentuk atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham tersebut dapat dijadikan proksi nilai perusahaan.

Menurut Harmono (2009: 233) nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu. Nilai perusahaan didefinisikan

dengan persepsi investor terhadap perusahaan terbuka, yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan metode *Price Book Value* (PBV). *Price Book Value* merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga saham terhadap nilai buku (Rachmawati dan Triatmoko, 2007 dalam Laila, 2010).

Dalam hal ini, para investor memerlukan berbagai informasi yang dapat dijadikan sinyal untuk menilai prospek perusahaan yang membutuhkan dana. Salah satu informasi yang diperlukan adalah laporan keuangan. Dari laporan keuangan investor dapat mengetahui kondisi perusahaan. Selain itu laporan keuangan tersebut digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan menghasilkan laba. Melalui publikasi laporan keuangan, perusahaan publik dapat menginformasikan tentang laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan laporan arus kas yang dapat bermanfaat bagi pemakainya, khususnya investor. Laporan keuangan tersebut dapat digunakan investor untuk dapat mengambil keputusan-keputusan ekonomi yang rasional maupun efektivitas alokasi sumber daya investasi yang akan mereka lakukan.

Salah satu informasi yang diperhatikan para pemegang saham adalah catatan atas laporan keuangan, dimana didalamnya terdapat informasi tentang CSR. Yaitu laporan yang menggambarkan seberapa besar tanggung jawab terhadap lingkungan. Informasi ini penting karena semakin banyak masyarakat yang memperhatikan peran perusahaan dalam merehabilitasi

lingkungan. Informasi ini merupakan kabar baik bagi para pemegang saham untuk mengapresiasi pembelian saham, sehingga permintaan naik.

Data statistik yang paling diperlukan oleh seorang investor ialah data perkembangan saham. Data tentang harga saham sangat bervariasi atau berfluktuasi yaitu mengalami pergerakan naik / turun. Dengan memantau perkembangan harga saham akan dapat diketahui kapan terjadi harga terendah dan harga tertinggi, sehingga memudahkan untuk pengambilan keputusan kapan harus membeli dan kapan harus menjual saham yang telah dibeli sebelumnya.

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan keefektifan kinerja perusahaan. Handoko (dalam Dini, 2010) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dalam penggunaan aset. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Salah satu yang menyebabkan investasi pasar modal dinilai menarik bagi investor adalah dividen yang dibayarkan atau dibagikan. Pengertian dividen menurut Brigham dan Houston (2012), dividen adalah distribusi atau pembagian laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi mereka. Sedangkan menurut Jamie Pratt (2011), dividen merupakan distribusi uang tunai, properti, atau saham kepada para pemegang saham sebuah perusahaan. Dividen ini dinyatakan oleh resolusi resmi dewan direksi

korporasi setiap triwulan dan besarnya diumumkan berdasarkan basis per lembar saham. Persentase pendapatan yang akan dibayarkan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen tunai (*cash dividend*) disebut dengan *Ratio* pembagian dividen (Riyanto, 2004). Dengan besaran dividen yang dibagikan, investor diharapkan mempunyai tanggapan yang baik, sehingga harga saham meningkat.

CSR sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan perusahaan saja, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak-dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Bentuk kontribusi positif tersebut dapat dilakukan dengan mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (disingkat CSR).

Kotler dan Lee (2005) di dalam definisi memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. Kata *discretionary* juga memberikan nuansa bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas CSR haruslah perusahaan yang telah menaati hukum dalam pelaksanaan bisnisnya, hal tersebut sangatlah tidak tepat bila kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan yang tidak baik

dalam memperlakukan karyawan atau melakukan berbagai kecurangan baik dalam pembuatan laporan keuangan maupun kecurangan terhadap lingkungan hidup.

CSR saat ini bukan lagi bersifat sukarela (*voluntary*) dimana suatu perusahaan membantu mengatasi problem sosial dan lingkungan, melainkan bersikap wajib (*obligation*) perusahaan untuk peduli terhadap dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat. Hal ini terkait dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat (1) tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Untung, 2008:15).

Kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana aktivitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri, salah satunya yaitu mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan. Dengan begitu produk semakin banyak disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh para investor. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara berkelanjutan maka citra perusahaan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi (Wijayanti, 2012).

Dengan menerapkan CSR diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka

panjang (Sayekti dan Wondabio, 2007: 2). Oleh karena itu, selain informasi keuangan, informasi CSR juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi harga saham. Survei global yang dilakukan *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Sayekti dan Wondabio, 2008: 2).

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010) yang meneliti tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada periode tahun 2008 dan digunakannya profitabilitas sebagai variabel moderating, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah CSR mempengaruhi nilai perusahaan pada periode tahun 2014 sampai 2017. Dan digunakannya profitabilitas sebagai variabel moderating dikarenakan profitabilitas pada penelitian terdahulu tidak mampu memoderasi di dalam hubungan CSR dan nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul:

"PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, penelitian ini akan menganalisa tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (studi empiris pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI Periode 2014-2017), sehingga dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah *corporate social* responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis apakah profitabilitas sebagai variabel moderating dalam memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan serta pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada keadaan sosial dan lingkungan.
2. Bagi investor dan calon investor, memberikan informasi dalam pengambilan keputusan investasi sehingga bisa memilih perusahaan mana yang memiliki nilai perusahaan yang baik.
3. Bagi masyarakat, semakin meningkatkan kesadaran masyarakat atas kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, dijadikan sebagai pengontrol oleh perusahaan dan memberikan informasi mengenai penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan sehingga masyarakat dapat memperoleh hak-hak atas barang dan jasa yang mereka gunakan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran penelitian yang lebih jelas dan sistematis agar mempermudah bagi pembaca dalam memahami penulisan penelitian ini. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan menguraikan mengenai tinjauan pustaka tentang teori-teori yang melandasi penelitian yaitu tentang *corporate social responsibility* (CSR), nilai perusahaan dan profitabilitas. Bab ini akan mencakup tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan, meliputi: desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai proses pengambilan data, menyajikan hasil analisis data yang telah diperoleh dengan menggunakan alat analisis yang digunakan, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran tentang penelitian yang telah dilakukan, serta keterbatasan penelitian berdasarkan hasil penelitian tersebut.