

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan merupakan salah satu daya tarik bagi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Sehingga dalam hal ini keberhasilan manajemen perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menyejahterakan pemangku saham. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik dapat dilihat dari kinerja perusahaan yang baik. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2010:294) mengemukakan bahwa “nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham”. Investor cenderung lebih tertarik untuk menanam sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Bernandhi (2013:1) mengemukakan bahwa, peningkatan nilai perusahaan bisa dicapai apabila manajemen perusahaan dan pemilik mampu menjalin kerja sama yang baik dengan pihak lain dalam membuat keputusan-keputusan keuangan seperti menilai pengelolaan aset dan laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan berdasarkan laporan keuangan yang dijadikan sebagai dasar pengambilan suatu keputusan. Pihak lain tersebut diantaranya meliputi *shareholder*, *stakeholder*, investor, kreditur, pemerintah, dan masyarakat.

Perusahaan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada sektor aneka industri. Sektor ini dipilih karena banyak berada di Indonesia dan ada beberapa subsektor dari perusahaan manufaktur yaitu subsektor aneka industri yang mengambil bahan baku langsung yang berhubungan dengan lingkungan atau alam terbuka di Indonesia, sesuai dengan salah satu variabel yang akan diteliti yaitu *Corporate Social Responsibility* yang berkaitan dengan lingkungan di sekitar perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Amiraya dan Atmini (2007), faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan deviden, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan. Sedangkan menurut Dewi (2017), faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan deviden *payout ration*. Namun dalam penelitian ini hanya tiga faktor yang akan diteliti yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Setiap perusahaan pasti memiliki orientasi untuk memperoleh laba bagi perusahaannya, untuk itu perusahaan berusaha untuk membangun citra yang baik dimasyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan atau tanggung jawab sosial, yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Gosslih dan Vocht, 2007). Pentingnya mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* sebagai faktor non keuangan yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya

meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Suharto (2008:9) mengemukakan bahwa “CSR adalah kepedulian perusahaan yang mengyisihkan sebagian keuntungan (profit) bagi kepentingan pembangunan manusi (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan profesional.”.

Dewasa ini dalam menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius dan terbuka memperhatikan pertnaggungjawaban sosial perusahaan (Edwin dan Nurdiono, 2007). Dengan menerapkan CSR diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Menurut Hanif (2015:2) mengemukakan bahwa semakin banyak bentuk petanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat yang dapat berpengaruh pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, menggambarkan perusahaan tersebut

mampu bekerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. (Sudiarta, 2016).

Manurut Sudana (2009:25) mengemukakan bahwa “profitabilitas adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aset, modal atau penjualan”. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka *stakeholder* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Dengan baiknya kinerja perusahaan akan meningkatkan pula nilai perusahaan.

Menurut Bright dan Houston (2010:90) mengemukakan bahwa “*Return On Assets (ROA)* adalah salah satu rasio profitabilitas yang mampu menunjukkan berapa banyak laba setelah pajak yang dapat dihasilkan dari rata-rata seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan”. Oleh karena itu, semakin positif nilai ROA, maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam mendayagunakan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba.

Menurut Sujianto (2001:21) mengemukakan bahwa “ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aset”. Perusahaan yang besar memiliki total aset yang besar, sehingga perusahaan mampu mengoptimalkan kinerja perusahaan dengan aset yang dimilikinya sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan

dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan, dapat dilihat dengan menghitung seberapa besar aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian yang telah membahas mengenai CSR. Hasil penelitian Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa pengukuran CSR berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, dalam penelitian Hanif (2015) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil Dewa Ayu Intan Maha Dewa (2017) penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, dalam penelitian Hanif (2015) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Dewa Ayu Intan Maha Dewa (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, menurut Hanif (2015) menunjukkan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian diatas masih belum konsisten antar peneliti yang satu dengan peneliti lainnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti kembali dengan judul penelitian “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019”.

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan dibidang keuangan khususnya mengenai pengaruh *Coporate Social Responsibility*, profitabilitas, dan ukuran

perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian diharapkan dapat dijadikan landasan dalam penelitian selanjutnya guna memberikan pengetahuan didunia pendidikan Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel- variabel penelitian untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.

b. Investor

Degan adanya penelitian ini diharpkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan pada saat melakukan investasi.

c. Penelitian

Penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk menambahkan pengetahuan dan juga digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bidang dan kajian yang sama.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi mengenai latar belakang masalah peneitian ini. Perumusan masalah merupakan sekumpulan

pertanyaan mengenai suatu keadaan yang memerlukan jawaban dalam penelitian. Tujuan dan manfaat penelitian berisi suatu harapan yang akan dicapai dari penelitian. Sistematika penulisan mencakup uraian singkat pembahasan materi setiap bab dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi mengenai terori dan pengertian yang berhubungan dengan variabel penelitian. Penelitian terdahulu berisi mengenai penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti yang masih ada keterkaitan dengan penelitian ini. Hipotesis berisi dugaan sementara dari hasil penelitian. Kerangka pemikiran merupakan skema untuk menjelaskan secara singkat permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi mengenai jenis penelitian yang dilakukan, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini berisi mengenai deskripsi data, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis penelitian serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran-saran bagi pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.