

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sasaran terpenting perusahaan yaitu mempertinggi nilai perusahaan lewat pengoptimalan harta milik dan kekayaan pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan bisa diartikan sebagai nilai wajar perusahaan yang melukiskan persepsi investor terhadap emiten bersangkutan. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari nilai sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga baik.

Mandasari et.al (2013) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar, karena maksimalnya kemakmuran pemegang saham dapat diperoleh dari nilai perusahaan jika harga saham pada perusahaan tinggi. Tingkat kemakmuran pemegang saham tergantung dari semakin tingginya harga saham. Dengan menyerahkan pengelolaannya kepada profesional diharapkan nilai perusahaan yang diharapkan dapat tercapai.

Nilai perusahaan tinggi dibuat karena harga pasar yang tinggi. Kemakmuran pemegang saham terjadi karena nilai perusahaan yang tinggi. Naiknya nilai perusahaan menjadi salah satu keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi dapat menggambarkan derajat kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kepercayaan pasar pada suatu perusahaan dengan melihat nilai perusahaan yang merangkak naik. Itu bisa menggambarkan posisi perusahaan masa kini dan prospek kedepannya.

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten. Kemampuan perusahaan membayar dividen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjualbelikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan. Sehingga dapat dikatakan jika semakin tinggi atau maksimum harga saham dapat diartikan bahwa nilai perusahaan itu juga maksimum.

Untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka para profesional yang telah ditunjuk untuk mengelola perusahaan akan melakukan berbagai cara, yaitu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Pendayagunaan sumber – sumber itu bermaksud untuk setiap saat memonitor eksistensi perusahaan dan menambah keutamaan kemampuan bersaing dalam berkompetisi dengan perusahaan lain yang berkiprah dalam bidang serupa. Upaya peningkatan nilai perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada kadang kala tak diikuti sambil memperhatikan kesinambungan sumber-sumber nya.

Pemanfaatan *resources* biasanya tanpa diikuti dengan kepedulian perusahaan terhadap *resources* tersebut. Baik sumber daya alam maupun sumber daya lain dalam hal ini lingkungan sekitar dan masyarakat. Sehingga perkembangan perusahaan menimbulkan dampak negatif yaitu kesenjangan sosial dan kerusakan *environment* sekitar. Oleh karena itu, timbul kesadaran untuk

menekan eksese negatif akibat aktivitas bisnis menggunakan elaborasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Implementasi CSR sudah tidak dipandang sebagai *cost*, tetapi investasi. Dengan mengaplikasikan CSR, diyakini perusahaan dapat memperoleh legalitas sosial dan dapat mengintensifkan kekuatan keuangannya dalam waktu jangka panjang. Adanya keterbukaan informasi mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility* diharapkan mampu meningkatkan performa dan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Mandasari et. al (2013) yang menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (*firm value*). Hal ini didukung juga oleh penelitian dari Agustina (2013) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Hadiprajitno (2012) menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2014) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan ternyata juga dipengaruhi oleh faktor lain yaitu profitabilitas. Secara prinsip, tingginya ambang profitabilitas yang direngkuh berbanding lurus dengan makin kuatnya hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian dari Rosiana et.al (2013) yang menjelaskan bahwa variabel profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Seperti pendapat yang diungkapkan Heinze (1976) dalam Rosiana et.al (2013) bahwa

profitabilitas merupakan faktor yang menjadikan manajemen lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan CSR kepada *shareholder* dan *stakeholder*. Profitabilitas yang semakin tinggi akan membuat manajemen dapat melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih luas.

Leverage merupakan pemakaian dana atau aset perusahaan, yang mana akibat pemakaian tersebut perusahaan harus menjamin beban tetap berupa bunga atau penyusutan (Abdul Halim, 2007 dalam Mandasari et.al, 2013). Rasio *Leverage* mencerminkan sumber dana aktivitas yang dimanfaatkan oleh perusahaan yang juga melukiskan jalinan modal terhadap utang perusahaan ataupun aset. Maksudnya investor sebelum melakukan investasi pada sebuah perusahaan, dia melihat besaran utang sebagai dasar estimasi keuntungan perusahaan tersebut. Sehingga biaya modal perusahaan dipengaruhi oleh penggunaan utang yang berimbang pada nilai perusahaan. Mandasari et.al (2013) menyatakan dalam penelitiannya bahwa *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan tidak dipengaruhi oleh *leverage* sebagai variabel moderator.

Struktur kepemilikan dapat memberikan dampak pada pasang surutnya nilai perusahaan. Dua sudut yang penting untuk dipertimbangkan yaitu: (1) konsentrasi kepemilikan perusahaan oleh pihak luar, dan (2) kepemilikan perusahaan oleh manajemen (Ramadhani, 2012). Dalam hal ini peneliti mencoba untuk lebih mendalami pengaruh kepemilikan oleh pihak luar terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan oleh pihak luar yang peneliti maksud adalah Kepemilikan Institusional. Apriada (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kepemilikan saham institusional berpengaruh positif pada nilai

perusahaan. Hal ini berarti menunjukkan bahwa semakin tinggi kepemilikan institusional maka semakin kuat kontrol eksternal terhadap perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mencoba menjalankan riset yang menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *firm value*. Hal ini bertujuan untuk melihat apakah selama ini CSR memberikan dampak kepada nilai perusahaan atau hanya menjadi sebuah pemenuhan kewajiban belaka. Penelitian ini adalah ekstensi dari penelitian yang dilakukan oleh Mandasari et. al (2013).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam penelitian ini kami menambahkan kepemilikan institusional sebagai variabel moderating. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian beberapa pihak yang terkait atau *stakeholder* sehingga diharapkan dapat menciptakan nilai jangka panjang terutama dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Apakah profitabilitas memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.
3. Apakah *leverage* memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.
4. Apakah kepemilikan institusional memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan kalimat pertanyaan penelitian yang didapat dari rumusan-rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh *Leverage* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.
4. Untuk menguji pengaruh Kepemilikan Institusional sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wacana dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang akuntansi keuangan.

2. Manfaat Praktis

Bagi Calon Investor Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wacana dalam pembuatan keputusan investasi.