

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Mendirikan sebuah perusahaan yang baik harus bisa mengelola potensi-potensi yang ada terutama untuk sumber daya manusianya. Mulai dari potensi finansial maupun non finansial harus terkontrol dengan baik, agar mampu meningkatkan nilai perusahaan untuk menjaga eksistensi perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Tujuan didirikannya perusahaan tidak hanya untuk mencari laba sebanyak-banyaknya, melainkan lebih mengutamakan kesejahteraan perusahaannya terlebih dahulu yaitu dengan cara meningkatkan nilai perusahaan karena dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan secara tidak langsung pemegang saham juga mengalami kesejahteraan dimana alasan tersebut merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena mencerminkan pertumbuhan dan kinerja manajemen perusahaan tersebut. Pertumbuhan perusahaan yang sangat pesat tercermin dari adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah peristiwa yang menarik untuk dibicarakan karena berkaitan dengan seringnya kasus naik turun nilai perusahaan.

Bagi perusahaan-perusahaan yang *go public*, nilai perusahaan direfleksikan melalui harga pasar saham. Harga pasar saham adalah harga yang bersedia

dibayarkan oleh calon investor apabila ia ingin memiliki saham suatu perusahaan, sehingga harga saham merupakan harga yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan (Hasnawati, 2005).

Optimalisasi nilai perusahaan inilah dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana manajemen keuangan menyangkut penyelesaian atas keputusan penting yang diambil perusahaan antara keputusan investasi, struktur modal, kebijakan deviden, *multiple large shareholder* dan kepemilikan institusional suatu kombinasi yang optimal yang akan meningkatkan kemakmuran nilai perusahaan (Fama dan French, 1998).

Namun pada era seperti saat ini, perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk mendapatkan laba yang besar namun perusahaan mendapatkan tuntutan dari pihak internal maupun eksternal. Perusahaan dituntut untuk melakukan *triple bottom lines*, yaitu tidak hanya mengejar laba atau keuntungan namun dituntut untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan. Sehingga perusahaan harus melaksanakan *corporate social responsibility* demi menjaga dan menaikkan nilai perusahaan.

Konsep CSR mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

CSR menurut ekonomi konvensional adalah merupakan hasil timbal balik perusahaan terhadap masyarakat akibat aktivitas operasi suatu perusahaan supaya mendapatkan respons yang baik dari masyarakat, CSR sendiri dapat dikatakan sebagai sebuah pendekatan yang dilakukan perusahaan dalam mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan berinteraksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Berdasarkan prinsip *voluntary* dan kemitraan (Oktaviana,2014) secara umum CSR dapat dipandang salah satu komitmen yang berkelanjutan dalam dunia bisnis supaya bertanggung jawab baik secara ekonomi, sosial maupun ekologi yang bertujuan untuk mencegah terjadinya dampak-dampak negatif yang mungkin akan terjadi serta meningkatkan kualitas masyarakat serta lingkungan yang menjadi *Stakeholder* perusahaan (Pradipta dan Suryadi, 2015).

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan harus dimaknai tidak hanya sekedar *responsibility* yang sifatnya hanya sukarela (*Voluntary*) tetapi harus dijalankan sebagai suatu kewajiban (*Mandatory*), tanggung jawab sosial perusahaan dalam konteks penanaman modal harus dimaknai sebagai suatu instrumen dalam mengurangi praktik bisnis yang tidak etis. (Sibrani dkk, 2014). Menurut Susiloadi (2008) dalam Oktaviana(2014) Implementasi CSR sendiri merupakan suatu bentuk komitmen didalam perusahaan untuk memberikan manfaat pada peningkatan kualitas kehidupan.

Preston dan post (1975) mengatakan bahwa “karena unit bisnis dan merupakan elemen yang penting dan besar dalam masyarakat , unit tersebut

diharapkan terus berinisiatif dan berpartisipasi dan responsif dalam proses pengambilan keputusan sosial”. Oleh karena kegiatan perusahaan dapat berdampak sosial dan lingkungan, praktik CSR merupakan alat manajerial dalam menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu kegiatan CSR dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada *stakeholder*. (Ghozali dan Cahiriri, 2007 ).

Profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan, karena nilai perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan. profitabilitas adalah kemampuan memperoleh laba atau suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Angka profitabilitas dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, pendapatan per saham, dan laba penjualan.

Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan perusahaan. Semakin besar angka profitabilitas berarti perusahaan semakin untung maka semakin besar juga keuntungan (*deviden*) yang di peroleh oleh pemilik saham dan nilai perusahaan juga semakin tinggi, maka calon investor akan cenderung lebih menyukai perusahaan yang memiliki profitabilitas besar dari pada perusahaan yang memiliki profitabilitas kecil.

Sebelumnya sudah banyak penelitian yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh (Cecilia et al, 2015) menghasilkan CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan menurut (Arafat et al, 2012; Kusumadilaga, 2010) CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sulistiono (2012), ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan menurut Hardiyanti (2012) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sebaliknya Maspupah (2014) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Agustine, 2014; Hardiyanti, 2012; Maspupah, 2014; Yuniansih dan Wirakusuma, 2007) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sebaliknya Susilowati (2011) dan Herawati (2013) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada jurnal penelitian yang diteliti oleh Cecilia et al (2015), penelitian tersebut dalam mengukur nilai perusahaan menggunakan rasio *James Tobin* (1967) sedangkan dalam penelitian ini menggunakan rasio PBV karena lebih efisien dan mudah untuk dipahami. Objek yang diteliti oleh Cecilia et al (2015) adalah perusahaan perkebunan *go public* sedangkan dalam penelitian ini meneliti perusahaan manufaktur Indonesia yang terdaftar di BEI, dan tahun penelitian Cecilia et al (2015) adalah 2012-2014 sedangkan dalam penelitian ini tahun 2014-2016.

Dari hasil penelitian yang masih beragam, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI.

## 1.2 Rumusan Masalah

Tanggungjawab Sosial Perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik.

Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial di dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Atas dasar uraian tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan?
3. Apakah Ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang diatas, maka tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk menemukan bukti empiris atas hal-hal berikut ini:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap ukuran perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan masukan pemikiran tentang pentingnya *corporate social responsibility* yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

2. Bagi investor, akan memberikan pandangan baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada keuntungan saja.
3. Bagi masyarakat, akan memberikan pandangan secara jelas sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diberikan perusahaan dan apa saja yang harus masyarakat terima.