

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam melakukan pengembangan usaha perusahaan bisa melalui bermacam cara supaya bisa memenuhi kebutuhan dana guna melakukan kegiatan operasionalnya, salah satunya adalah dengan cara menawarkan sahamnya pada public yang dinamakan dengan *go public*. Salah satu tujuan perusahaan yang telah *go public* ialah menaikkan nilai perusahaannya untuk meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan ataupun para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan yang semakin meningkat adalah keinginan para pemegang saham karena kesejahteraan pemilik perusahaan atau pemegang saham juga akan meningkat (Mohammed Alamgir dan Mohammad Nasir Udin, 2017). Pencapaian tujuan perusahaan untuk menaikkan nilai perusahaan bisa diketahui dari besarnya harga saham perusahaan. Makin besar harga sahamnya maka semakin baik kesejahteraan pemilik perusahaan ataupun pemegang sahamnya.

Nilai perusahaan adalah sesuatu hal yang sangat diperhatikan oleh para calon investor dan investornya. Investor sangat memperhatikan nilai perusahaan sebagai tolak ukur menilai kinerja keuangan perusahaan dalam melakukan investasi (Watcharapong Tunpornchai dan Surang Hensawang, 2018). Investor akan memastikan jika investasi yang

dilakukan sanggup memberi keuntungan yang diinginkan atupun tidak dengan menilai dari kinerja keuangan pada perusahaan yang akan jadi lokasi investasi. Perusahaan yang kinerja keuangannya baik bisa menciptakan persepsi yang positif investornya serta bisa menarik minat investor untuk melakukan investasi. Jika permintaan saham sebuah perusahaan naik secara otomatis akan meningkatkan besaran harga sahamnya dan nilai dari perusahaan.

Nilai perusahaan ditunjukkan dengan harga saham. Di bawah ini adalah tabel fluktuasi harga saham perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI periode 2013-2018 yakni:

Tabel 1.1
Fluktuasi Harga Saham
Perusahaan Manufaktur Tahun 2013 - 2018

No.	Kode Saham	Harga Saham					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018
1.	AKRA	4,375	4,120	7,175	6,000	6,350	4,290
2.	ASII	6,800	7,425	6,000	8,275	8,050	8,225
3.	AUTO	3,650	4,200	1,600	2,050	2,060	1,470
4.	BATA	1,060	1,105	900	790	570	600
5.	CPIN	3,375	3,780	2,600	3,090	3,000	7,225
6.	EKAD	390	515	400	590	695	855
7.	GGRM	42,000	60,700	55,000	63,900	83,800	83,625
8.	HMSP	2,480	2,730	3,760	3,830	4,730	5,310
9.	ICBP	10,200	13,100	13,475	8,575	8,900	10,450
10.	INDF	6,600	6,750	5,175	7,925	7,625	7,450
11.	INTP	20,000	25,000	22,325	15,400	21,950	18,450
12.	KLBF	1,250	1,830	1,320	1,515	1,680	1,520
13.	MERK	9,450	8,000	6,775	9,200	8,500	4,300
14.	MLBI	12,000	11,950	8,200	11,750	13,675	16,000
15.	SIDO	670	610	550	520	545	840

Sumber: Data diolah 2020

Fluktuasi Harga Saham
Perusahaan Manufaktur Tahun 2013 - 2018

No.	Kode Saham	Harga Saham					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018
16.	TCID	11,900	17,525	16,500	12,500	17,900	15,000
17.	TOTO	7,700	3,975	6,950	498	408	348
18.	TSPC	3,250	2,865	1,750	1,970	1,800	1,390
19.	UNVR	26,000	32,300	37,000	38,800	55,900	45,400

Sumber: Data diolah 2020

Data perusahaan manufaktur tahun 2013 hingga 2018 memperlihatkan jika perusahaanya mengalami fluktuasi harga saham. Naik turunnya harga saham dipengaruhi oleh berbagai faktor misalnya saja kinerja keuangan perusahaan, permintaan dan penawaran saham. Walaupun demikian, kondisi dari kinerja keuangan biasanya masih memiliki pengaruh yang besar pada penentuan harga sahamnya.

CSR dianggap mampu memberikan pengaruh pada nilai sebuah perusahaan. CSR yang diterapkan perusahaan dalam bentuk memberikan perlindungan yang efektif dari berbagai kerusakan lingkungan yang merupakan dampak dari kegiatan produksi yang dilaksanakan oleh perusahaan, memberikan bantuan ke masyarakat, serta memberi peluang masyarakat supaya menjadi lebih maju akan meningkatkan citra perusahaan dimata publik sehingga citra atau reputasi perusahaannya akan menjadi baik. Perusahaan yang memiliki image yang baik bisa menambah kepercayaan public pada barang ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan dan mengakibatkan publik membeli barangnya, hal tersebut menyebabkan nilai jual perusahaannya menjadi baik dan

nantinya kinerja keuangan perusahaannya pun akan mengalami peningkatan (Song Jiang, Qiang Fu, dan Xing Liu, 2016). Kinerja keuangan perusahaan yang meningkat akan sanggup memikat investor untuk melakukan investasi diperusahaannya sehingga akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaannya.

CSR yang dilakukan perusahaan sekarang sifatnya tidaklah sukarela (*voluntary*) melainkan bersifat wajib. Pemerintah Indonesia secara resmi sudah mengatur tata cara pelaksanaan CSR dan pelaporan untuk semua PT. Ketentuan hukum yang mengatur pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia ialah UU No 40 Tahun 2007 mengenai PT yang mana CSR ialah sebuah loyalitas suatu perusahaan untuk berperan serta pada pembangunan ekonomi berkesinambungan untuk menaikkan mutu dari kehidupan aktivitas usahanya, dan pencabutan izin usaha. Pengungkapan CSR juga diatur dalam PP No. 47 Tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial serta lingkungan yang berdaya guna. Ada juga UU No 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 dijelaskan jika perusahaan yang tidak menjalankan CSR akan mendapat sanksi administratif yang berwujud peringatan secara tertulis, pengcancelan aktivitas usahanya, pembekuan operasional perusahaan dan pencabutan izin usaha. Pengungkapan CSR pun tertuang pada PP No 47 tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial perusahaan PT. Peraturan lainnya mengenai CSR di Indonesia diperkuat melalui

keputusan Bapepam LK Kep-43/BL/2012 yang menjelaskan jika laporan tahunan wajib mencantumkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan manufaktur menyampaikan sudah menjalankan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar terkait kegiatan usahanya dengan baik, tetapi pengungkapan *corporate social responsibility* beberapa tahun terakhir tersebut memperlihatkan sesuatu yang demikian. Tabel di bawah ini memperlihatkan jika perusahaan manufaktur belum melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya secara maksimal.

Tabel 1.2
Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
Perusahaan Manufaktur Tahun 2013 - 2018

Tahun	Pengungkapan CSR	
	Tertinggi	Terendah
2013	43.96%	4.40%
2014	45.05%	5.49%
2015	42.86%	5.49%
2016	43.96%	5.49%
2017	45.05%	9.89%
2018	53.85%	5.49%

Sumber: Data diolah 2020

Fenomena perusahaan manufaktur yang belum melaksanakan tanggung jawab sosial secara baik masih terjadi di Indonesia. Perusahaan manufaktur memiliki andil yang cukup besar dalam permasalahan sosial dan lingkungan yang terjadi. Permasalahan dilatarbelakangi oleh sifat perusahaan yang banyak berinteraksi dengan masyarakat. Kegiatan produksi yang dilakukan menghasilkan limbah sehingga menyebabkan

terjadinya pencemaran lingkungan. Selain itu perusahaan harus menjamin keselamatan dan kesehatan tenaga kerja di bagian produksi. Pada tahun 2010 terjadi polusi udara PT. Gudang Garam, Tbk di Kediri. Kasus lain dilaksanakan anak perusahaan PT. Indofood, Tbk yakni PT. PP London Sumatera pada tahun 2013. Pelanggaran yang dilakukan oleh PT. PP London Sumatera ialah perusahaan tersebut menggunakan karyawan di bawah umur, pelanggaran keselamatan dan kesehatan karyawan, pengancaman dan upah yang tidak layak. Fenomena lain yang muncul diperusahaan manufaktur sektor industry barang konsumsi yakni terjadinya beragam aksi demo menentang penjualan minuman yang mengandung alkohol yang dijual di supermarket wilayah DKI pada tahun 2014 berpengaruh buruk pada PT. Multi Bintang Indonesia, hal itu terjadi karena ketidaksesuaian perusahaannya dengan keinginan masyarakat yang sesungguhnya hal itu bisa diminimalisir melalui program-program dari CSR yang berpihak kepada masyarakat (www.eco-business.com).

Penelitian tentang pengaruhnya CSR pada kinerja keuangan yang dilakukan Jae Joon Han, Hyun Jeong Kim, dan Jeongmin Yu (2016) serta Supriyadi, Agung Budi Sulistiyo, dan Ahmad Roziq (2019) menemukan hasil jika CSR tidak mempengaruhi kinerja keuangan. Permasalahan dalam pelaksanaan CSR adalah tidak sedikit perusahaan melaksanakan program *corporate social responsibility* cuma menjadi *marketing gimmick* guna menjalankan *corporate greenwash* ataupun

pengelabuhan image perusahaan semata dan program CSR yang dibuat oleh perusahaan tidak bersifat berkelanjutan. Oleh karena itu, program CSR perlu dievaluasi agar program CSR dapat memberdayakan masyarakat dan dilaksanakan secara berkelanjutan karena dalam implementasinya masih terdapat banyak program CSR yang tidak tepat sasaran dalam memberikan bantuan bagi pemberdayaan masyarakat. Program CSR perlu dipandang positif oleh perusahaan bukan hanya sebagai program kewajiban yang dimandatkan pemerintah kepada perusahaan. Perusahaan yang memberikan bantuan dan kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi lebih maju akan meningkatkan kredibilitas dan keuntungan perusahaan. Produk maupun jasa yang dijual perusahaan akan dipercaya oleh masyarakat apabila perusahaan melaksanakan program *corporate social responsibility* yang bermanfaat bagi masyarakat sehingga memicu masyarakat untuk membeli produk perusahaan, hal ini menyebabkan penjualan perusahaan membaik dan perusahaan mengalami peningkatan kinerja keuangan.

Permasalahan transparansi perusahaan dalam mengelola program *corporate social responsibility* dan memberikan *cost* sosialnya kepada masyarakat merupakan permasalahan dalam menjalankan prinsip GCG yang bertujuan untuk menambah nilai pemilik saham dengan tetap memperhatikan pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaannya misalnya masyarakat. Kepemilikan saham perusahaan oleh institusi dapat mencegah tindakan *opportunistic* dalam mengelola

dana untuk program *corporate social responsibility* dan memberikan *cost* sosialnya kepada masyarakat yang dilakukan oleh para manajer sehingga kepemilikan institusional berperan dalam mencapai *good corporate governance*. Perusahaan dengan kepemilikan saham perusahaan oleh institusi yang besar lebih mampu mengamati segala keputusan yang manajer ambil dengan demikian manajer akan bertanggung jawab kepada pemegang saham dengan melaksanakan program *corporate social responsibility* dengan baik (Ramiz Rehman, Zahid Riaz, Charles Cullinan, Junrui Zhang, dan Fanghua Wang, 2020).

Masalah keagenan (*agency problem*) terjadi dikarenakan terdapatnya perbedaan kepentingan antara manajernya dan pemegang sahamnya (Jensen dan Meckling, 1976). Masalah keagenan (*agency problem*) dapat diminimumkan dengan adanya suatu prosedur pemantauan yang bisa mensejajarkan kepentingannya manajer dan pemegang sahamnya jadi memunculkan biaya keagenan. Biaya keagenan menyebabkan kinerja keuangan perusahaan mengalami penurunan (Yongjia Rebecca Lin dan Xiaoqing Maggie Fu, 2017). Biaya keagenan (*agency cost*) dapat dikurangi dengan melibatkan investor institusional yang berperan sebagai agen pengawasan. Kepemilikan institusional merupakan agen pengawas ditekan dengan cara investasinya yang cukup besar pada pasar modal sehingga mempunyai dorongan untuk menjalankan pengawasan yang makin ketat atas kegiatan yang ada dalam perusahaan. Kepemilikan saham

perusahaan oleh institusi dapat mengoptimalkan pengawasan manajemen dalam mengelola program *corporate social responsibility* serta memperkecil biaya keagenan sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Kepemilikan institusional mendorong pihak manajemen perusahaan untuk melaksanakan program *corporate social responsibility* dengan baik sehingga berdampak baik pada nilai perusahaannya. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan. Profitabilitas adalah ukuran dari kinerja keuangan perusahaan diperlihatkan dari keuntungan yang didapatkan perusahaan. William Sucuahi dan Jay Mark Cambarihan (2016) menyatakan jika salah satu indikator kunci bagi investor dalam mengukur perkembangan perusahaan di masa mendatang ialah melalui menilai seberapa jauh peningkatan tingkat keuntungan perusahaan. perusahaan yang terjadi peningkatan profitabilitas menunjukkan jika perusahaannya memiliki kinerja keuangan dan prospek ke depan yang baik dengan begitu akan menciptakan tanggapan baik dari investornya dan bisa memikat investor untuk melakukan penanaman modal di perusahaan terkait (Ali Saleh Alarussi dan Sami Mohammed Alhaderi, 2018). Setiap peningkatan permintaan saham sebuah perusahaan, maka otomatis akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaannya.

Penelitian yang telah dilakukan Woo Sung Kim, Kunsu Park, dan Sang Hoo Leen (2018) yang meneliti mengenai pengaruh CSR dan

struktur kepemilikan saham (*foreign ownership*) pada nilai perusahaan, *future research* yang disarankan adalah menggunakan struktur kepemilikan saham lainnya untuk meneliti pengaruhnya CSR dan struktur kepemilikan saham pada nilai perusahaan. Penelitian yang telah dilaksanakan Sang Jun Cho, Chune Young Chung, dan Jason Young (2019) yang meneliti mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan (*ROA*), *future research* yang disarankan adalah menggunakan kinerja keuangan lainnya untuk meneliti pengaruhnya CSR pada kinerja keuangan.

Hasil *future research* mendorong peneliti untuk mengembangkan model penelitian yaitu anteseden pengungkapan CSR pada nilai perusahaan melalui profitabilitas dengan kepemilikan institusional menjadi variabel moderating.

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan tersebut, maka penulis mempunyai ketertarikan untuk mengadakan penelitian di perusahaan manufaktur yang melakukan pengungkapan CSR dan tercatat pada BEI dengan judul “Anteseden *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderating”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada adanya *fenomena gap* dan *future research*, jadi rumusan masalahnya yaitu:

- a. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan CSR pada profitabilitas di perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI?
- b. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan CSR pada profitabilitas yang dimoderasi oleh kepemilikan institutional di perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI?
- c. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI?
- d. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan yang dimoderasi oleh kepemilikan institutional di perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI?
- e. Bagaimanakah pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model penelitian tentang variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam model penelitiannya ini adalah pengungkapan CSR melalui profitabilitas dengan kepemilikan institutional yang menjadi variabel moderating. Penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk:

- a. Mendeskripsikan dan menganalisa pengaruhnya CSR pada nilai perusahaan melalui profitabilitas di perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI.
- b. Mendeskripsikan dan menganalisa pengaruhnya pengungkapan CSR pada nilai perusahaan melalui profitabilitas dengan kepemilikan institutional yang menjadi variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian yang mengkaji pengaruhnya pengungkapan CSR pada nilai perusahaan melalui profitabilitas dengan kepemilikan institutional menjadi variabel moderating di perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI diharapkan bermanfaat seperti di bawah ini;

- a. Bagi Investor

Bisa memberi acuan dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi berkaitan dengan taraf pengembalian (*rate of return*) di perusahaan tempatnya berinvestasi dan memberikan informasi bagi investor mengenai pengaruhnya pengungkapan CSR pada nilai perusahaan melalui profitabilitas dengan kepemilikan institutional menjadi variabel moderasi dengan demikian bisa menjadi bahan evaluasi dalam berinvestasi.

b. Bagi Manajemen Perusahaan

Bisa jadi landasan dalam mengambil keputusan keuangan agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan dengan begitu investornya akan terpikat untuk melakukan penanaman modalnya pada perusahaan.

c. Bagi Akademis

Bisa jadi acuan dalam mengembangkan ilmu keuangan tentang pembahasan nilai perusahaan dan dapat sebagai acuan untuk penelitian berikutnya.

d. Bagi Regulator

Bisa membuktikan secara nyata tentang efektifitas peraturan yang dilakukan oleh regulator berkaitan dengan *corporate social responsibility* agar tercapai peningkatan pengelolaan perusahaan yang baik.

