

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut rumusan pasal 1 huruf (b) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, dijelaskan bahwa “Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba. Dari penjelasan tersebut tujuan utama dari didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh laba. Laba memiliki peran penting bagi suatu perusahaan, karena dari laba kelangsungan perusahaan itu bergantung. Dalam laporan keuangan, laba perusahaan sebagai indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban para penyandang dana.

Perusahaan dalam perkembangannya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dalam jangka panjang perusahaan dapat melakukan pengembangan perusahaan maupun pengurangan skala ekonomis usaha. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Fama dan French, 1998).

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya adalah kinerja keuangan. Kinerja keuangan perusahaan dapat diamati dari laporan keuangan perusahaan tersebut. Dari laporan keuangan yang disajikan. Investor menggunakannya untuk memprediksi laba dimasa depan. Apabila pencapaian prestasi keuangan perusahaan dianggap baik, maka akan lebih diminati oleh para investor. Hal itu tentu saja akan mempengaruhi harga saham yang dapat berimbas juga pada nilai perusahaan. Kinerja laporan keuangan dapat dilihat dari beberapa aspek penyajian laporan keuangan dalam bentuk neraca, laba rugi, arus kas, catatan atas laporan keuangan dan perubahan modal.

Tingkat keberhasilan kinerja keuangan dapat dilihat diantaranya dengan melihat jumlah nilai asset yang bertambah ,umur hutang dalam jangka panjang maupun pendek dan juga dapat dilihat umur piutang pelanggan.

Faktor berikutnya adalah pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Jika perusahaan melakukan investasi maka akan berpengaruh pada kinerja perusahaan, dan hal ini akan mendapat respon positif oleh para investor dengan cara membeli saham perusahaan tersebut maka akan meningkatkan harga saham (Wahyudi dan Pawestri,2006). Keputusan investasi diprosikan oleh *price earning ratio* (PER). Nilai PER yang semakin positif menandakan bahwa investasi perusahaan semakin bagus.

Faktor yang ketiga adalah keputusan pendanaan. Keputusan pendanaan berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam mencari dana untuk membiayai investasi dan menentukan komposisi sumber pendanaan (Kumar et al.,2012). Pendanaan perusahaan dapat dikelompokan berdasarkan sumber dananya yaitu

pendanaan internal dan eksternal. Efni dkk (2011) menyatakan bahwa pendanaan internal merupakan pendanaan yang berasal dari perusahaan berupa laba ditahan, sedangkan pendanaan eksternal yaitu pendanaan hutang, ekuitas dan *hybrid securitie*.

Perusahaan yang memiliki utang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mampu membayar kewajiban-kewajiban dimasa datang sehingga mengurangi ketidakpastian investor terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan pengembalian atas modal yang telah disetor (Bringham dan Houston, 2001 dalam Afzal dan Rohman, 2012). Bentuk kepercayaan investor dapat dilihat dengan pembelian saham pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor yang ke empat adalah kebijakan deviden. Deviden akan dibagikan oleh perusahaan apabila perusahaan memiliki kelebihan dana yang diperoleh dari operasi perusahaan. Semakin tinggi pembayaran deviden kas suatu perusahaan akan menimbulkan sinyal positif bagi para pemegang saham. Sinyal tersebut menunjukkan bahwa keuntungan perusahaan semakin meningkat. Meningkatnya laba berdampak juga pada meningkatkan harga saham perusahaan. Peningkatan harga saham juga berimbas pada meningkatnya nilai perusahaan.

Faktor yang kelima adalah ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar diperkirakan mempunyai kesempatan untuk menarik hutang dalam jumlah yang besar dibandingkan perusahaan kecil karena nilai aktiva yang dijadikan jaminan lebih besar dan tingkat kepercayaan bank lebih tinggi. Dan untuk investor semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar

juga keyakinan para investor terhadap perusahaan dalam pengembalian investasi (Sofyaningsih dan Hardiningsih,2011).

Perusahaan besar cenderung memberikan hasil operasi yang lebih besar sehingga memiliki kemampuan lebih besar untuk memberikan imbal balik investasi yang lebih menguntungkan dibanding perusahaan kecil (Wahyuni dan Ernawati,2013)

Faktor yang terakhir adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Dasar penilaian profitabilitas adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca dan laba rugi perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi akan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan (Sofyaningsih dan Hardaningsih,2011). Semakin diminatnya saham perusahaan oleh para investor maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan.

Pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) suatu perusahaan, saat ini sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (1994), dalam Anggraini (2006), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan

dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*)

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai sebuah gagasan yang berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *triple bottom lines* adalah finansial, sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983 dalam Basamalah dan Jermias, 2005) Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR (Kiroyan, 2006).

Hermawan dan Maf'ulah (2014) dengan judul penelitian pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi menyatakan bahwa kinerja keuangan yang diproksikan oleh *return on asset (ROA)* tidak berpengaruh secara disignifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan adanya faktor lain yang turut mempengaruhi hubungan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan seperti *return of equity (ROE)*, *good corporate governance (GCG)*, dan *leverage*. Selanjutnya secara parsial variabel CSR mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Hal serupa dikemukakan oleh Nita dan Agung (2014), dalam penelitian yang dilakukan Nita dan Agung juga menghasilkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR tidak berpengaruh terhadap hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai

perusahaan. Hasil berbeda didapat dari penelitian yang dilakukan oleh Kartika dan Ferry (2012). Dengan menggunakan sampel perusahaan food and beverage yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia 2008-2010 menunjukan bahwa ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan good corporate governance (GCG) sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.

Ketidak konsistenan hasil penelitian yang meneliti pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya variabel kontingen yang mempengaruhi hubungan diantara keduanya. Di Indonesia, telah ada penelitian yang menggunakan CSR sebagai variabel kontingensi untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan karena adanya ketidak konsistenan hasil penelitian. Penelitian tersebut dilakukan oleh Yuniasih dan Wirakusuma (2007). Di dalam penelitiannya, Yuniasih dan Wirakusuma (2007) menggunakan sampel penelitian sebanyak 27 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2006. Yuniasih dan Wirakusuma menggunakan ROA sebagai proksi dari variabel kinerja keuangan, 78 item pengungkapan CSR sebagai proksi dari variabel CSR, dan kepemilikan manajerial sebagai proksi dari variabel GCG. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif statistis pada nilai perusahaan, demikian juga dengan pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi terbukti berpengaruh positif secara statistis pada hubungan antara ROA dan nilai perusahaan yang berarti bahwa selain melihat kinerja keuangan pasar juga memberikan respons terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Namun kepemilikan

manajerial tidak terbukti berpengaruh terhadap hubungan antara ROA dan nilai perusahaan, hal ini dimungkinkan karena struktur kepemilikan manajerial di Indonesia masih sangat kecil dan didominasi oleh keluarga.

Akhir-akhir ini banyak perusahaan yang menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Menurut Wirakusuma dan Yuniasih (2007), akuntabilitas dapat dipenuhi dan asimetri informasi dapat dikurangi jika perusahaan melaporkan dan mengungkapkan kegiatan CSRnya ke para stakeholders. Dengan pelaporan dan pengungkapan CSR, para *stakeholders* akan dapat mengevaluasi bagaimana pelaksanaan CSR dan memberikan penghargaan atau sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya.

Penelitian ini mereplikasi dari hasil penelitian Sigit dan Afyah (2014). Perbedaan penelitian dengan Sigit dan Afyah (2014) terletak pada data tahun penelitian dimana penelitian ini dilakukan tahun 2013-2015 sedangkan penelitian Sigit dan Afyah (2014) data penelitiannya mulai tahun 2011-2013.

Maka berdasarkan permasalahan di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul :**“Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang,terdapat research gap yang menunjukkan bahwa ketidak konsistenan hasil pengaruh kinerja keuangan terhadap

nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variable pemoderasi. Atas gap yang muncul maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.

1.4. Kontribusi dan Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini untuk berbagai pihak adalah:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan terhadap pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan dapat sebagai pertimbangan dalam pengambilan

keputusan mengenai *Corporate Social Responsibility* yang hendak dilakukan

2. Bagi investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan dengan memperhatikan aspek sosial yang telah dilakukan perusahaan

3. Bagi akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variable moderasi.