

BAB I

PENDAHULUAN

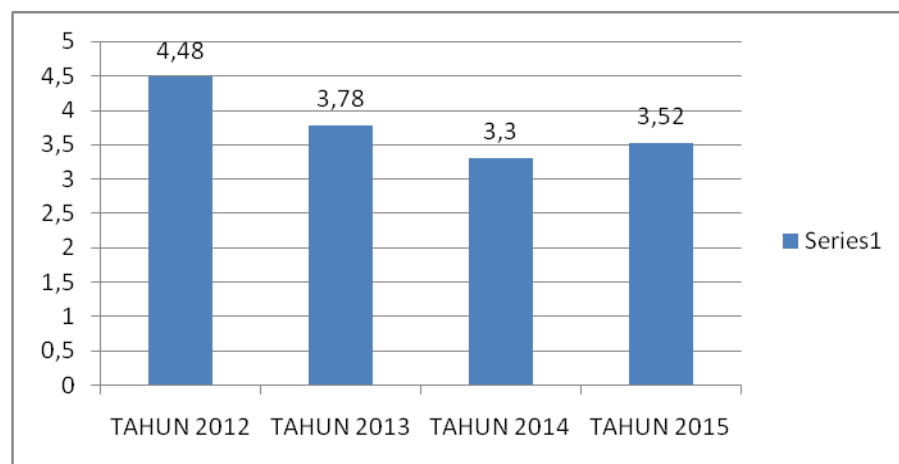
1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lingkungan bisnis yang sangat pesat akhir-akhir ini membuat banyak perubahan pada aspek ekonomi sosial dan lingkungan. Perubahan yang terjadi menjadikan masyarakat sebagai stakeholder semakin berharap dan juga menuntut agar perusahaan-perusahaan tidak hanya mementingkan profit, tetapi juga memperhatikan kelangsungan hidup dunia ini. pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik modal atau kepada para penanam saham sehingga orientasi perusahaan berpihak kepada pemilik modal yang menimbulkan dampak tidak adanya tanggung jawab dari perusahaan atas tragedi-tragedi lingkungan yang ada. Persaingan dalam industri bisnis membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tercapai. Salah satu tujuan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan (Sartono, 2010).

Harga saham yang tinggi mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan (Hardiyanti N 2012).

Fenomena nilai pasar perusahaan yang fluktuatif tersebut dapat kita temukan pada perusahaan Bursa Efek Indonesia yang terjadi disepanjang tahun 2012-2015. Dimana nilai pasar perusahaan berdasarkan closing price cenderung mengalami kenaikan dan penurunan.

Tabel 1. 1 Daftar closing price perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015



Sumber: idx.com

Berdasarkan tabel 1.1 di atas merupakan rata-rata closing price dari 48 perusahaan di Bursa Efek Indonesia selama periode 4th. diketahui bahwa terjadi fluktuasi harga saham dimana harga saham berdasarkan closing price mengalami kenaikan dan penurunan. Rata rata closing price keseluruhan selama 4 tahun sebesar 3,77. Kenaikan dan penurunan ini tentunya disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya. sehingga peneliti melakukan penelitian yang terkait dengan fenomena gap berdasarkan closing price.

Dalam dunia bisnis laporan keuangan memberikan banyak informasi kepada pemegang saham dan masyarakat umum tentang usaha suatu perusahaan, karena mempertahankan kontinuitas perusahaan merupakan elemen

penting yang harus di jaga oleh perusahaan, terutama menyangkut kesejahteraan pemegang saham yang digambarkan dengan nilai perusahaan. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005).

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham and Gapensi, 2006). Nilai perusahaan dapat diukur dengan *price to book value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham (Brigham dan Gapenski, 2006). Indikator lain yang terkait adalah nilai buku per saham atau *book value per share*, yakni perbandingan antara modal (*common equity*) dengan jumlah saham yang beredar (*shares outstanding*) (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Menurut Brigham (2001) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan menurut Keown (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar.

Perusahaan dalam perkembangannya akan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Suharli (2006) nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Salah satunya pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Menurut Oka (2011) nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah profitabilitas. Kemampuan perusahaan untuk mencapai laba atau disebut juga profitabilitas ini merupakan bagian dari kinerja perusahaan yang juga akan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Sebagai salah satu ukuran kinerja perusahaan, profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010). Pendapat yang berbeda dari Weston dan Copeland (1992) yang mendefinisikan profitabilitas sejauh mana perusahaan menghasilkan laba dari penjualandan investasi perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Muhammad Umar Mai, 2013). Hal tersebut dapat dipahami karena perusahaan yang berhasil membukukan laba yang meningkat, mengindikasikan perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga dapat menciptakan sentimen positif para investor dan dapat membuat harga saham perusahaan meningkat. Meningkatnya harga dipasar, maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Adhda Fajriaty Islami Mazra,2014). Menurut Analisa (2011) nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan.

Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (profitable). Tanpaadanya

keuntungan (profit), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditur, pemilik perusahaan, dan terutama dari pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan. karena disadari benar betapa pentingnya arti profit terhadap kelangsungan dan masa depan perusahaan. hal ini dapat memberikan citra yang baik kepada investor bahwa perusahaan tersebut mencerminkan nilai perusahaan yang baik pula.

Menurut penelitian Pratama dan Wiksuana (2016) Profitabilitas yang di proksikan dengan ROA secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang di proksikan dengan PBV. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), Pramana dan Mustanda (2016) Profitabilitas yang di proksikan dengan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang di proksikan dengan Tobins'Q, prasetyorini (2013) Profitabilitas di proksikan dengan ROE berpengaruh terhadap Nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobins'Q. hargiansyah (2015), Chen & Yu (Taiwan) (2011) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, berbagai penelitian diatas menunjukkan dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan namun bertentangan dengan penelitian Aisyatul Munawaroh (2014) yang menyatakan bahwa Profitabilitas dengan ROA menunjukkan hasil negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (*retained earning*) dan penyusutan (*depreciation*) dan dari eksternal perusahaan yang berupa hutang atau penerbitan saham baru.

Leverage menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi (Agnes, 2004). Jadi *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari utang (*financial leverage*) (Brigham *et al*, 2006).

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Kusumawati dan Sudento (2005) menggambarkan *leverage* sebagai kemampuan perusahaan membayar hutangnya dengan menggunakan ekuitas yang dimilikinya. *Leverge* dapat dihitung dengan *Debt ratio* yaitu rasio yang mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan (Sudana, 2009). *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risikoyang melekat pada suatu perusahaan. Novaes (2002) menyatakan bahwa peningkatan *leverage* bisa memberikandua macam signal, yaitu berita baik (*goodnews*) sekaligus berita buruk (*bad news*). Peningkatan *leverage* menunjukkan beritabaik jika peningkatan tersebut merefleksikan kemampuan managemen untuk meningkatkan nilai. Sebaliknya, hal tersebut menunjukkan berita buruk jika manager melakukan peningkatan *leverage* karena terpaksa danbukan karena alasan efisiensi. Sehingga dapat disimpulkan dengan penggunaan *leverage* yang semakin besar menunjukkan resikoinvestasi yang semakin besar pula.

Penelitian Pratama dan Wiksuana (2015) menyatakan hasil bahwa variabel *leverage* yang di proksikan dengan DER secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang di proksi dengan PBV, dari berbagai

penelitian diatas menunjukkan dampak leverage terhadap nilai perusahaan. Namun bertentangan dengan penelitian Prasetyorini (2013), Hargiansyah (2015) menyatakan hasil bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari berbagai penelitian di atas menunjukkan adanya ketidak konsistenan antara pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan nilai perusahaan banyak di pengaruhi faktor lain. sehingga peneliti memasukkan variabel lain sebagai mediasi untuk mengatasi masalah ketidak konsistenan yang telah di lakukan oleh penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini peneliti memasukkan CSR sebagai variabel intervening. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan (*sustainable*). Tujuan tersebut dapat tercapai apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan (Kusumadilaga, 2010).

CSR merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Sari (2012) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada masyarakat. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Menurut Heinkel *et al.* 2001). Hal ini disebabkan masyarakat saat ini cenderung memilih perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan sekitar karena dengan

mendukung perusahaan tersebut secara tidak langsung masyarakat pun ikut berpartisipasi dalam memelihara lingkungan sekitar (Susanti dan Santoso, 2011).

Berdasarkan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun juga harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Aktivitas CSR yang semakin banyak diungkapkan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena Investor akan percaya pada perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial yang baik terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Semakin banyak investor yang mengapresiasi dan menginvestasikan dananya pada perusahaan maka harga saham pun ikut meningkat. Meningkatnya harga saham maka akan meningkatkan nilai suatu perusahaan.

Investor mengapresiasi praktik CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Ghoul *et al.*, 2011). Zuhroh dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang go publik telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*, investor sudah memulai merespon dengan baik informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara

berkelanjutan maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Wijayanti, 2012).

Selain itu, perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dianggap lebih memperhatikan prospek kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk menyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (profit), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan (Yuniasih dan Wirakusuma, 2007).

Signalling theory menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Apabila perusahaan memiliki peningkatan laba setiap periodenya maka perusahaan akan melaporkan informasi secara rutin, hal ini akan merespon sinyal positif dari investor bahwa perusahaan memiliki kinerja baik.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981 dalam Marwata, 2001 dan Meek, et al, 1995 dalam Fitriany, 2001). Perusahaan yang memiliki leverage tinggi akan berupaya mengalihkan perhatian investor dengan meminimalisir informasi tentang leverage dan

memperluas informasi CSR agar investor percaya dan tidak memperhatikan tentang informasi utang perusahaan. Untuk menjaga keselarasan hubungan antara perusahaan dan masyarakat, perusahaan harus sangat memperhatikan tanggung jawab sosial yang sangat penting bagi kelancaran aktivitas perusahaan.

Oleh karena itu permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya ketidakkonsistenan dari berbagai penelitian terdahulu tentang pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan, didukung bukti dari berbagai penelitian terdahulu bahwa CSR mampu memediasi variabel profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR dan CSR juga berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. sejalan dengan penelitian Ekowati, Prsetyono, Wulandari (2014), Hermawan & Mulyawan (2014) juga menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, penelitian dari Purba dan Yadna (2015), Adnantara (2013) menyatakan bahwa Leverage dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Gherghina & Dobrescu (2015) menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana pengaruh CSR dalam memediasi Profitabilitas dan Leverage untuk meningkatkan Nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul "PENINGKATAN NILAI PERUSAHAAN (*FIRM VALUE*) BERBASIS TANGGUNG JAWAB SOSIAL (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*)

PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA ”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan diatas maka perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas terhadap Firm Value?
2. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)?
3. Bagaimana Pengaruh Leverage terhadap Firm Value?
4. Bagaimana Pengaruh Leverage terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)
5. Bagaimana Pengaruh Corporate social Responsibility terhadap Firm Value?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Firm Value
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Leverage terhadap Firm Value
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Leverage terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Firm Value

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis: Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris dan melengkapi kajian-kajian yang telah ada di Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung untuk memperluas wawasan dalam bidang keuangan, khususnya manajemen keuangan mengenai *Peningkatan Nilai Perusahaan (Firm Value) berbasis tanggung jawab sosial (Corporate Social Responsibility) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2015*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai penelitian sejenis.
2. Manfaat Praktis sebagai bahan pertimbangan pihak manajemen perusahaan dalam penerapan *corporate social Responsibility (CSR)* untuk memberikan citra baik terhadap perusahaan bagi pihak investor maupun konsumen sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan sebagai bahan masukan informasi dan pertimbangan bagi para investor dalam melakukan penilaian pada perusahaan. Bagi perusahaan penerbit saham diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan yang berhubungan nilai perusahaan.