

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, tingkat pertumbuhan perekonomian di Indonesia mengalami perkembangan pesat yang menyebabkan persaingan di bidang bisnis cukup ketat. Berdasarkan kondisi tersebut perusahaan dituntut untuk menjadi unggul dan memiliki daya saing, sehingga banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk mengeksploitasi sumber daya alam maupun sumber daya manusia secara tidak terkendali hanya untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh, sesuai dengan tujuan utama didirikannya perusahaan.

Semakin tinggi laba (*profit*) yang dihasilkan perusahaan menunjukkan bahwa, perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga perusahaan mampu untuk membayarkan dividen (Cecilia dkk, 2015). Akibatnya, kemakmuran para pemegang saham akan meningkat sehingga investor menjadi yakin untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut karena dianggap memiliki prospek bagus untuk kedepannya (Munawaroh dan Priyadi, 2014). Tingginya kemakmuran pemegang saham merupakan indikasi bahwa suatu perusahaan memiliki nilai saham yang tinggi menurut Islahuddin (2008, dalam Munawaroh dan Priyadi 2014). Oleh karena itu, pada penelitian ini nilai saham di definisikan sebagai nilai perusahaan.

Kenaikan nilai perusahaan berkaitan erat dengan profitabilitas yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (Murhadi, 2013:63). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat yang tercermin melalui peningkatan harga pasar saham (Anindita dan Yuliati, 2017).

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, selain memperoleh keuntungan dan bertanggung jawab kepada pemegang saham, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat, serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan dengan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* atau CSR (Effendi, 2016:163).

Di Indonesia, kualitas implementasi CSR masih berada di bawah negara Thailand dan Singapura diantara negara-negara ASEAN. Berdasarkan data CNN Indonesia 21 Juli 2016 (Suastha, 2016), Thailand menjadi negara dengan kualitas implementasi CSR yang paling tinggi dengan nilai 56,8 dari total 100, sementara singapura mendapatkan 48,8. Indonesia dan Malaysia sendiri masing-masing mendapatkan nilai 48,4 dan 47,7. Hal ini disebabkan “banyak perusahaan yang belum paham pentingnya praktek CSR menguntungkan dan belum mengintegrasikan nilai CSR dalam masing-masing strategi operasional dan pembuat keputusan,” ujar Yong di gedung *National University Of Singapore*, Singapura, Rabu (20/7) dalam CNN Indonesia (Suastha,2016).

Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia mendorong perusahaan-perusahaan di Indonesia agar turut berperan aktif dalam pembangunan

negara serta bertanggung jawab terhadap lingkungan hidup dan masyarakat yang ada negeri ini, melalui Peraturan Pemerintah no 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseoran Terbatas Pasal 3 ayat 1 yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan setiap kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan undang-undang.

Dengan melakukan kegiatan CSR, perusahaan dapat meningkatkan nilai atau citra (*image*) positif di mata masyarakat, karena melalui program ini perusahaan dapat membangun komunikasi efektif dan hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar. Sehingga keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan serta perusahaan juga mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat (Effendi, 2016:165-166). Menurut Nguyen dan Leblanc (2001, dalam Anindita dan Yuliati, 2017) loyalitas dari konsumen akan cenderung lebih tinggi ketika sebuah perusahaan memiliki citra (*image*) dan reputasi yang baik.

Perusahaan yang memiliki citra (*image*) positif dimata masyarakat, menyebabkan konsumen menjadi loyal pada perusahaan tersebut yang mengakibatkan naiknya profitabilitas pada perusahaan tersebut (Anindita dan Yuliati, 2017). Hal itu dikarenakan, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang di produksi perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melakukan CSR (Panjaitan, 2015). Dapat disimpulkan, semakin banyak pengungkapan kegiatan CSR perusahaan, maka semakin tinggi

tingkat profitabilitas perusahaan tersebut (Anggraini, 2006 dalam Panjaitan, 2015)

Selain meningkatkan profitabilitas, Pengungkapan CSR dapat memperkuat sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan pada para *stakeholdernya* dimana salah satunya adalah para pemegang saham bahwa perusahaan memiliki nilai yang tinggi (Anindita dan Yuliati, 2017). Hal tersebut dikarenakan, menurut Epstein dan Freedman (1994, dalam Anindita dan Yuliati, 2017) investor tidak hanya menggunakan informasi keuangan, namun juga mengandalkan informasi sosial dalam pengambilan keputusan investasinya. Oleh karena itu, pada penelitian ini pengungkapan CSR digunakan sebagai variabel pemoderasi untuk memperkuat profitabilitas sehingga memberikan pengaruh positif pada nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi. Faktor yang mendorong dilakukannya penelitian ini adalah hasil penelitian terdahulu yang masih belum konklusif. Hal ini terbukti melalui hasil penelitian yang dilakukan oleh Anindita dan Yuliati (2017) menyatakan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas, serta pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan profitabilitas dan nilai perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian Munawaroh dan Priyadi (2014) menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), dan Net Profit Margin

(NPM) dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan menunjukkan pengaruh tidak signifikan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu terletak pada alat yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Berbeda dari penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan Tobin's Q, pada penelitian ini *Price to Book Value* (PBV) dipilih untuk mengukur nilai perusahaan. PBV dipilih sebagai alat untuk mengukur nilai perusahaan karena rasio ini merupakan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku ekuitas sebagaimana yang ada di laporan posisi keuangan (Murhadi, 2013:66). Rasio ini menggambarkan indikasi pandangan investor atas suatu perusahaan yang tercermin dari seberapa besar investor bersedia untuk membayar saham lebih besar dari pada nilai buku akuntansinya (Brigham dan Houston, 2010:151-152).

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif berupa data sekunder, yang berasal dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2014-2016.

Perusahaan manufaktur dipilih sebagai objek penelitian karena di dalam menjalankan kegiatan usahanya, memerlukan sumber pendanaan yang cukup besar untuk mengubah bahan dasar (*input*) menjadi produk siap jual (*Output*) menurut pernyataan Reeve dkk. (2013:1-2). Mengingat besarnya dana yang diperlukan oleh suatu perusahaan manufaktur, maka sumber pendanaan perusahaan berasal dari berbagai sumber dimana salah satu nya berasal dari para

investor. Investor akan tertarik untuk mendanai perusahaan tersebut jika perusahaan itu memiliki nilai perusahaan yang tinggi tercermin melalui harga pasar sahamnya yang tinggi. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan bahwa informasi mengenai tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan kepada investor, lingkungan dan masyarakat dapat memperkuat informasi mengenai laba (*profit*) untuk dapat mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan Pernyataan diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan ?
2. Apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi pada profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademik

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi para peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan pengetahuan di bidang akuntansi terkait dengan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bahwa tidak hanya informasi laba saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, melainkan juga informasi mengenai tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan kepada investor, lingkungan dan masyarakat.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan Penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan, dan saran