

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Di perkembangan teknologi pada saat sekarang, Indonesia juga merupakan Negara yang tidak asing lagi dengan perdagangan internasional, dengan adanya kegiatan ekspor dan impor yang ada di cabang perusahaan di luar negeri dalam memudahkan transaksi internasional tersebut. Negara Indonesia memiliki banyak potensi pertumbuhan di berbagai sektor perekonomian, khususnya pada sektor nilai ekonomi perusahaan pada perusahaan industri manufaktur. Pertumbuhan ekonomi pada suatu Negara tentu saja dapat dilihat dari perkembangan usaha di suatu Negara. Semakin banyak dunia usaha dan kemajuan teknologi, akan banyak juga perusahaan yang bermunculan dan membuat persaingan sangat banyak di Indonesia. Perusahaan akan semakin meningkatkan strategi dan memaksimalkan nilai perusahaan.

Seiring berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan penting yang sangat jelas. Terdapat strategi dan kinerja, dalam tujuan mendatang diharapkan perusahaan akan meningkatkan nilai keuangan perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan dapat menjamin kesejahteraan (kemakmuran) bagi pemilik perusahaan maupun investor pemegang saham. Perusahaan dapat mengharapkan mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan melalui kepercayaan penuh yang diberikan oleh masyarakat ataupun investor kepada perusahaan. Perusahaan akan melakukan aktivitas kewirausahaan berbasis kepercayaan, maka dapat menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan, pada akhirnya mengharapkan strategi dalam peningkatan kinerja ekonomi.

Perusahaan dengan meningkatnya nilai aktivitas pada sektor manufaktur industri nilai perusahaan, dapat dijadikan sebagai tren ataupun sinyal positif (baik) dalam kemajuan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, karena dapat membuat terjadinya banyak persaingan antar perusahaan yang akhirnya membuat para investor sangat teliti ketika menginvestasikan modalnya pada perusahaan, untuk mendapatkan kualitas terbaik pada masa depan. Jika perusahaan memiliki kualitas

terbaik maka dengan mudah mendapat investor yang banyak dan pasti para investor akan mengharapkan laba (keuntungan) yang besar berupa nilai keuangan perusahaan dan hak atas kepemilikan dari perusahaan. Terdapat adanya variabel yang dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain yaitu profitabilitas perusahaan, *sales growth* perusahaan. Penelitian variabel ini, akan bertujuan untuk mengarahkan mengenai kepembahasan pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan, *sales growth* perusahaan, nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Terdapat faktor-faktor yang akan mempengaruhi perusahaan yaitu mengenai pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan, *sales growth* perusahaan, nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* menunjukkan suatu konsep organisasi khususnya bagi perusahaan yang mendapatkan tanggung jawab terhadap para perusahaan ataupun investor dalam menjalankan kewajiban pada perusahaan dan lingkungan sekitar perusahaan. Dengan adanya CSR pada perusahaan diharapkan dapat menekankan kecurangan atau menekankan perusahaan dalam melakukan pengeluaran (pemborosan) yang merugikan perusahaan dan investor.

Suatu perusahaan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan oleh manajer, konsumen dan karyawan dapat memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan yang akan menjalankan operasional perusahaan ataupun melakukan peningkatan kinerja sehingga memperoleh laba bagi nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan konsep dalam organisasi khusus bagi perusahaan yang mendapatkan tanggung jawab terhadap para perusahaan ataupun investor dalam menjalankan kewajiban pada perusahaan. CSR yang semakin meningkatkan kewajiban dan tanggung jawab terhadap nilai perusahaan ataupun investor yang tertarik ingin menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut (Widyaningsih, 2018). Menurut (Mega, dkk, 2016) CSR adalah suatu investasi perusahaan dalam jangka lama dan terdapat manfaat dalam meminimalisasi risiko dan sarana meningkatkan nama perusahaan di mata investor ataupun di mata publik. Berdasarkan strategi dalam CSR, dengan cara pengembangan ataupun peningkatan kinerja dalam suatu perusahaan dan lingkungan masyarakat. CSR dapat berfungsi sebagai investasi terhadap perusahaan dalam keberlangsungan

(pertumbuhan) dan kinerja perusahaan pada masa mendatang untuk memperoleh laba (keuntungan). Terdapat suatu strategi CSR digolongkan sebagai investasi dalam jangka panjang, CSR yaitu bagian peningkatan kinerja dan strategi dalam perusahaan, namun CSR tidak dapat dilihat dalam jangka pendek. Perusahaan akan mengalokasikan sumber daya dan upaya dalam mengungkapkan informasi yang luas tentang aktivitas CSR, untuk memastikan bahwa perusahaan sudah menerapkan CSR dengan baik kepada semua pemangku kepentingan perusahaan tersebut.

Profitabilitas perusahaan merupakan suatu aspek penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya dalam masa mendatang dan memperoleh laba yang cukup besar (tinggi) guna untuk mempertahankan citra perusahaan pada investor ataupun dimata publik. Terdapat profitabilitas dalam kinerja dan strategi akan memiliki prospek lebih baik dimasa yang mendatang. Suatu perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas, banyak tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin terjamin keberlangsungan hidup pada perusahaan. Bukti empiris menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai yang diperoleh dalam keberlangsungan perusahaan kedepannya. Terdapat adanya bukti yang tidak konsisten dalam adanya temuan yang dapat membuktikan profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Sales growth perusahaan merupakan suatu kesempatan dalam meningkatkan nilai perusahaan pada masa mendatang dengan tujuan memperoleh keuntungan (laba) yang tinggi. Terdapat perusahaan yang terus meningkatkan kinerja ataupun bertambah tinggi (banyak), akan menarik respon positif dari para investor untuk menanamkan modal terhadap perusahaan. *Sales growth* perusahaan yaitu suatu pertimbangan khusus bagi perusahaan, para investor pada saat menginvestasikan modal karena strategi dan kinerja perusahaan akan meningkatkan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) perusahaan untuk mendapatkan keuntungan tinggi bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi dengan baik, maka akan menjadikan sinyal positif bagi para *stakeholders*, dan apabila mereka tertarik dengan perusahaan itu, maka dengan mudah untuk menarik modal terutama modal dari para investor. Suatu kegiatan ekonomi akan terjamin menjadi

harapan bagi para *stakeholders*, perusahaan dapat meningkatkan aktivitas sosial lingkungan dengan melakukan pengungkapan lebih banyak yang sudah dihasilkan dalam kinerja (Indraswari dan Mimba, 2017).

Nilai perusahaan merupakan salah satu harapan bagi para investor terhadap perusahaan ketika menginvestasikan modal, yang sering dikaitkan dengan kinerja dan strategi ataupun harga perusahaan untuk memperoleh keuntungan pada masa mendatang. Variabel nilai perusahaan diukur dengan menggunakan nilai buku harga (PBV). Nilai perusahaan tercermin dalam harga saham yang tinggi, pada harga yang tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat bagi pemegang saham (Fama & French, 1998). Nilai perusahaan adalah nilai rasio yang semakin tinggi maka harga saham perusahaan akan mengalami peningkatan dalam pasar modal, sehingga kinerja perusahaan membuat investor untuk menanamkan modalnya (Darmanto & Ardiansari, 2017). Semakin tinggi nilai buku pada rasio ini, maka semakin mahal harga saham sehingga dapat meningkatkan perusahaan. Dengan adanya perusahaan yang memiliki rasio PBV (*Price To Book Value*) yang baik dapat menunjukkan strategi dan kinerja perusahaan bahwa investor bersedia membeli saham yang lebih mahal daripada nilai buku.

Pada teori perusahaan, menurut (Wiyono dan Kusuma, 2017:81) karena tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan *asset* dalam perusahaan. Nilai perusahaan yang tingkat keberhasilan tinggi dengan mudah untuk menarik para investor pada perusahaan. Perusahaan saat ini, maka semakin banyak perusahaan yang memasukkan perusahaan mereka dalam pasar modal ataupun *go public* untuk memaksimalkan keuntungan dan meningkatkan (*profit*) nilai perusahaan.

Penelitian diatas, perusahaan yang diteliti merupakan objek pada sektor manufaktur nilai perusahaan, maka di sektor perusahaan itu, kinerja keuangan memiliki prospek bagus dimasa mendatang. Perusahaan dalam sektor manufaktur, karena yang banyak diminati oleh para investor. Terdapat perusahaan manufaktur yang real terhadap perusahaan dan perusahaan ini juga merupakan faktor-faktor pendukung atas tumbuhnya perekonomian di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul skripsi yaitu: “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terhadap Profitabilitas, *Sales Growth* Perusahaan, Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2019”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan dalam penelitian, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap Profitabilitas perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
2. Apakah CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap *Sales Growth* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
3. Apakah CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah dalam penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap *Sales Growth* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Untuk mengetahui pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan hasil yang akan digunakan untuk mengembangkan kajian mengenai pengaruh *corporate social responsibility*

(CSR) terhadap profitabilitas perusahaan, *sales growth* perusahaan, nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tersebut.

2) Manfaat Praktis

Memberikan hasil penelitian dan informasi yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi investor yang ingin menginvestasikan modalnya pada perusahaan. Terdapat referensi dalam meningkatkan pengetahuan dan penelitian lebih lanjut bagi perusahaan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan, *sales growth* perusahaan, nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tersebut.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari lima bab, pada masing-masing bab yang dilakukan dalam penelitian yaitu saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Pada penjabaran sistem penulisan skripsi dapat dilihat sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan dalam penelitian CSR terhadap profitabilitas perusahaan, *sales growth* perusahaan, nilai perusahaan, tentang latar belakang perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan tentang teori yang menjadi teori penelitian, landasan penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian dalam skripsi ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penelitian pemaparan metode yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisa masalah pada variabel, identifikasi variabel penelitian, mulai dari sumber data, definisi operasional, proses pengumpulan data, hingga teknik analisis data.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pemaparan mengenai gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data serta dilengkapi dengan didasari teori dan konsep penelitian.

BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini dapat ditarik dari hasil dan pembahasan. Bab berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.