

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memaksimalkan nilai suatu perusahaan adalah suatu tujuan yang sangat relevan dalam era persaingan yang sangat ketat ini, terutama perusahaan-perusahaan yang sudah *go public* (Suripto, 2016:1). Tujuan perusahaan-perusahaan yang *go public* dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan adalah memaksimalkan nilai saham perusahaan. Tercapai tidaknya tujuan ini dapat dilihat dan diukur dari harga saham perusahaan yang bersangkutan dari waktu ke waktu (Kasmir, 2010 : 8).

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, karena secara tidak langsung nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham. Hal tersebut dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Tendi Haruman, 2008).

Umumnya nilai perusahaan memiliki hubungan kausalitas dengan profitabilitas. Hubungan kausalitas ini menunjukkan bahwa apabila kinerja manajemen perusahaan yang diukur menggunakan profitabilitas dalam kondisi baik, maka akan memberikan dampak positif terhadap keputusan investor di pasar modal untuk menanamkan modalnya (Harmono, 2011:110).

Menurut Sony Siswoyo (2013:50), Hal yang harus dilakukan dalam memilih saham adalah mencari perusahaan-perusahaan yang memberikan laba

bersih yang besar dan stabil, hal lain yang tidak kalah penting adalah mencari perusahaan yang mempunyai ROE (*Return on Equity*) yang bagus dan stabil semakin besar semakin bagus dan semakin layak untuk dikoleksi.

Menurut Said Kelana Asnawi (2015:28), bagi pemegang saham ukuran laba adalah ROE, dan yang terbaik bagi pemegang saham adalah ROE yang tinggi. Menurut Brigham dan Houston (2013:133), Rasio yang paling penting adalah pengembalian atas ekuitas (ROE), yang merupakan laba bersih bagi pemegang saham dibagi dengan total ekuitas pemegang saham. Pemegang saham pastinya ingin mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi atas modal yang mereka investasikan dan ROE menunjukkan tingkat yang mereka peroleh. Jika ROE tinggi, maka harga saham juga cenderung akan tinggi dan tindakan yang meningkatkan ROE kemungkinan juga akan meningkatkan harga saham sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Hal ini terjadi pada PT Lippo Cikarang Tbk (LPCK), yang merupakan perusahaan pengembang perkotaan berbasis ekonomi industri yang telah berhasil mempertahankan rata-rata *return of equity* (ROE) selama 5 tahun, pertumbuhan penjualan dan laba per saham dalam tiga tahun terakhir. Hal tersebut merupakan indikator penting dalam penilaian masuk dalam daftar Best of The Best antara lain Investor Award, Properti Indonesia Award, CSR Award, dan World Class Award yang merupakan penghargaan Forbes Awards 2015 dari Forbes Indonesia. Penghargaan yang diraih pada tahun 2015 tersebut merupakan usaha dan kerjasama tim PT Lippo Cikarang Tbk (LPCK) untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan (Meow Chong Loh, 2015).

Dari sumber tersebut terlihat bahwa ROE merupakan informasi yang penting yang akan memberikan dampak positif pada meningkatnya nilai perusahaan.

Dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham atau memaksimalkan nilai perusahaan, yang tercermin pada harga pasar saham bagi perusahaan yang telah *go public*, perusahaan juga tidak boleh mengabaikan tanggung jawab sosial kepada masyarakat, karena kemajuan perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan, tapi juga bagaimana interaksi perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*). Tiga acuan yang dipakai oleh perusahaan dalam hubungannya dengan *stakeholders*, yaitu profit, people, dan planet (3P). Perusahaan tidak sekedar memikirkan keuntungan (*Profit*), tapi juga harus memperhatikan aspek sosial (*People*) dan lingkungan sekitarnya (Ferdinand Sadeli, 2011:13).

Menurut Kasmir (2010:9), sekalipun tujuan utama perusahaan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, namun hal ini tidak berarti mengabaikan tujuan lainnya termasuk sebagai bagian dari tanggung jawab sosial. Tanggung jawab perusahaan tersebut dituangkan dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau lebih dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat menyangkut aspek yang sangat luas, seperti perlindungan terhadap konsumen, pembayaran upah yang wajar kepada karyawan, keselamatan kerja, dukungan kepada dunia pendidikan, kesehatan, dukungan terhadap lingkungan yang bersih dan hijau, dan

sebagainya. Tanggung jawab sosial merupakan aktivitas rutin yang dilakukan perusahaan dan telah menjadi bagian penting dari organisasi perusahaan untuk eksistensinya dalam jangka panjang (I Made Sudana, 2011:10).

Menurut Totok Mardikanto (2014:137), jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll.), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat. Jadi, perusahaan yang menerapkan CSR dengan benar akan mendapatkan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi dari ROE saja. Faktor lain tersebut adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ROE, Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan pada beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015. Karena peneliti melihat adanya fenomena yang menjelaskan terjadinya kenaikan ROE dan pengungkapan CSR tidak diikuti dengan naiknya nilai perusahaan ataupun sebaliknya ketika ROE dan pengungkapan CSR turun tidak diikuti dengan turunnya nilai perusahaan.

Tabel 1.1

Return On Equity, Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan tahun 2013-2015

Nama Perusahaan	Tahun	ROE	Pengungkapan CSR	Nilai Perusahaan
PT Holcim Indonesia Tbk. (SMCB)	2013	10,9%	86,8%	0,923
	2014	7,6%	82,4%	1,475
	2015	2%	53,8%	1,519
Total Bangun Persada Tbk. (TOTL)	2013	26,0%	17,6%	1,398
	2014	20,5%	41,8%	2,229
	2015	22,1%	41,8%	1,433
Aneka Tambang Tbk. (ANTM)	2013	3,2%	51,65%	1,857
	2014	-6,5%	50,55%	1,921
	2015	-7,9%	84,62%	1,677

Sumber: www.idx.co.id (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan beberapa perubahan ROE, pengungkapan CSR dan nilai perusahaan pada sampel perusahaan yang terdaftar di BEI.

Dari tabel diatas terlihat bahwa perusahaan Holcim Indonesia (SMCB) pada tahun 2013 ROE sebesar 10,9%, tahun 2014 menurun menjadi sebesar 7,6%, tahun 2015 menjadi sebesar 2%. Pengungkapan CSR menunjukkan tahun 2013 yaitu 86,8%, tahun 2014 menjadi 82,4% dan tahun 2015 menjadi 53,8%. ROE dan pengungkapan CSR yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan 2015 tidak membuat nilai perusahaan turun juga, melainkan sebaliknya nilai perusahaan dari

tahun 2013 sampai 2015 mengalami kenaikan. Berbeda dengan Total Bangun Persada Tbk (TOTL), ROE pada tahun 2013-2015 mengalami fluktuatif di tahun 2014 turun menjadi 20,5%, di tahun 2015 naik menjadi sebesar 22,1%. Pengungkapan CSR cenderung naik di tahun 2014 dan 2015 menjadi sebesar 41,8%. Nilai Perusahaan yang juga mengalami fluktuatif, namun di tahun 2014 naik menjadi 2,229, dan di tahun 2015 turun menjadi 1,433. Perusahaan Aneka Tambang Tbk (ANTM) pada tahun 2014 ROE mengalami penurunan menjadi -6,5% dan tahun 2015 menjadi sebesar -7,9% namun nilai perusahaan mengalami fluktuasi di tahun 2014 naik menjadi 0,921, sedangkan di tahun 2015 turun menjadi sebesar 0,677. Pengungkapan CSR yang juga mengalami fluktuasi, di tahun 2015 meningkat menjadi 84,62%, bahkan memenangkan ISRA (*Indonesia Sustainability Reporting Awards*) pemenang (winner) dalam *Category Mining & Metal* (www.ncsr-id.org).

Sisca Pradnyamita Saridewi, dkk (2016) meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hesty Mey Lestari (2015) tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Berbeda dengan hasil penelitian Ira Agustine (2015) tentang Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan menyatakan bahwa Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dengan adanya fenomena yang terjadi di berbagai perusahaan tidak sesuai dengan teori yang ada dan perbedaan berbagai hasil penelitian sebelumnya, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh profitabilitas, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperlemah teori yang ada.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut serta atas pertimbangan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”.
(Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015).

1.2 Identifikasi Masalah

Atas dasar latar belakang tersebut identifikasi masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.

2. Bagaimana pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta memberikan informasi dan gambaran mengenai profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan hubungannya dengan peningkatan nilai perusahaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Bagi manajemen perusahaan, dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui kemajuan dan kinerja perusahaan melalui nilai perusahaan.

2. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
3. Bagi investor, dapat digunakan untuk memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang bagus dengan mempertimbangkan masing-masing aspek yaitu profitabilitas dan *corporate social responsibility* sehingga memiliki keputusan yang tepat dalam berinvestasi.
4. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini data diperoleh melalui website Bursa Efek Indonesia (BEI), www.idx.co.id dan melakukan kunjungan ke Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia Jl. P.H. Mustopa Bandung untuk mendapatkan data sekunder berupa laporan keuangan selama tiga tahun yaitu periode 2013-2015 juga dengan website resmi masing-masing perusahaan. Waktu penelitian dari bulan September 2016 sampai dengan bulan Januari 2017.