

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dalam era globalisasi saat ini, begitu banyak perusahaan yang muncul dan berkembang di Indonesia, dan hal ini mampu untuk meningkatkan perekonomian Indonesia dalam mencapai ekonomi yang stabil. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, jasa maupun dagang saling bersaing untuk dapat bertahan dan menjadi yang terbaik. Perusahaan-perusahaan ini didirikan dengan tujuan utamanya adalah untuk mencari keuntungan. Tujuan lain didirikannya perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Riadi, 2017).

Fenomena yang terjadi terkait dengan nilai perusahaan yang diambil dari Kontan.co.id oleh Aloysius Brama (2019) adalah PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) tercatat mengalami penurunan laba sepanjang tahun 2018 lalu. Berdasarkan laporan keuangan yang mereka rilis, laba perusahaan yang memproduksi susu UHT itu turun tipis sekitar 1,46% menjadi Rp 697 miliar. Padahal di tahun 2017, laba perusahaan ini mencapai Rp 708 miliar. Berbeda dengan labanya, pendapatan ULTJ justru mengalami kenaikan cukup signifikan.

Pada tahun 2017, perusahaan ini meraih pendapatan sebesar Rp 4,8 triliun. Sedangkan di tahun selanjutnya, pendapatan UL TJ naik menjadi Rp 5,4 triliun atau sekitar 12,5%.

*General Manajer Publik Relation* UL TJ Muhammad Muthassawar menjelaskan bahwa kenaikan pendapatan yang tidak diikuti oleh kenaikan laba itu disebabkan oleh beberapa hal seperti kenaikan *cost of goods* atau harga pokok penjualan. Kenaikan HPP menjadi terbebani karena *direct materials* kami juga naik,” tutur Azwar kepada Kontan, Kamis (18/4). Selain HPP, kenaikan juga terjadi pada pos *expenses* seperti pengeluaran *selling* dan *marketing*, serta pengeluaran *general administrative*. Meski begitu, rencana bisnis UL TJ tak akan kendur sedikitpun. Tahun lalu, UL TJ tetap akan melakukan ekspansi dan sudah menyiapkan *capital expenditure* dari kasnya sendiri. Namun ketika ditanya berapa *capital expenditure* yang disiapkan, Azwar sendiri tidak mau menyebutkannya. “Kami akan gunakan untuk perluasan pabrik hingga penambahan kapasitas mesin untuk memproduksi susu,” ungkapnya.

Dengan usaha itu, Azwar menargetkan perusahaan dapat mengalami pertumbuhan baik laba maupun pendapatan sebesar 10% hingga 15%. Bila itu terealisasi maka potensi laba yang bisa diraih oleh UL TJ adalah sekitar Rp 800 miliar dengan potensi raihan pendapatan sebesar Rp 6,2 triliun. Hingga berita ini ditulis, sejak awal tahun pergerakan saham UL TJ sendiri memang kurang menggairahkan. Tercatat, saham emiten makanan-minuman ini mengalami penurunan hingga 9,26% dan menempatkannya di level 1.225. Demikian juga menurut Rajab (2017), apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat.

Kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya peningkatan kemakmuran pemegang saham membuat investor berkepentingan dengan analisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatannya informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dalam menghasilkan keuntungan. Bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham (Wijaya Putra, 2014).

Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Tobin's Q atau disebut Q ratio diperkenalkan pertama kali oleh James Tobin pada tahun 1969. James Tobin adalah ekonomi Amerika yang berhasil meraih nobel di bidang ekonomi dengan mengajukan hipotesis bahwa nilai pasar suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya penggantian aktiva perusahaan tersebut sehingga menciptakan keadaan ekuilibrium.

Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Alasan penggunaan rasio Tobin's Q dalam penelitian ini adalah karena rasio-q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula (Ariasih & Yadnyana, 2018).

Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan merupakan profitabilitas. Menurut Kasmir (2015:22), profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk mencari keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu. Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan yang dapat di tunjukkan dari laba yang di peroleh dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Menurut Rajab (2017) profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai baik, artinya nilai perusahaan juga akan semakin baik dimata investor.

Salah satu cara mengukur rasio profitabilitas adalah dengan menggunakan *Return On Assets (ROA)*. *Return On Asset* atau dalam bahasa indonesia sering dikenal dengan tingkat pengembalian aset. Dapat dikatakan bahwa satu-satunya tujuan aset perusahaan adalah menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan itu sendiri (Ardiyanto, 2019). *Return On Asset* adalah rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan (Ayu dan Suarjaya, 2017: 115). Semakin tinggi nilai

ROA maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga posisi perusahaan akan dinilai semakin baik.

Menurut Sunaryo, dkk. (2018), pertumbuhan ROA akan memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dapat menjamin kesejahteraan investor melalui tingkat *return* investasi yang tinggi. Pertumbuhan ROA juga dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan mempunyai prospek pertumbuhan yang baik. Investor akan termotivasi untuk meningkatkan transaksi permintaan saham sehingga akan berdampak pada kenaikan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan.

Dalam meningkatkan nilai perusahaan, lingkungan perusahaan dituntut untuk tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi saja, tetapi juga dapat membantu memecahkan permasalahan terkait resiko dan ancaman terhadap keberlanjutan (*sustainability*) dalam lingkungan sosial maupun lingkungan (GRI, 2006). Maka dari itu, perusahaan harus menetapkan strategi untuk memberikan gambaran perusahaan yang baik kepada pihak eksternal dengan dilakukannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan melakukan program *corporate social responsibility* perusahaan dapat meningkatkan modal pemegang saham, nama baik perusahaan dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan (Handayani & Martha, 2019).

Di Indonesia sendiri belakangan ini banyak terdapat berbagai konflik industri seperti kerusakan alam akibat eksploitasi alam yang berlebihan tanpa diimbangi dengan perbaikan lingkungan ataupun keseimbangan alam dan lingkungan sekitar seperti adanya limbah ataupun polusi pabrik yang sangat merugikan lingkungan sekitarnya. Sebagaimana berita yang dikutip dari *kompasiana.com* bahwa telah terjadi ketegangan antara warga Rembang, Jawa Tengah dengan PT. Semen Indonesia hal ini diduga dikarekanan pabrik semen yang menambang batu gamping dipegunungan kars yang mengancam ketahanan pangan dan ketersediaan air yang telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan oleh masyarakat disekitar.

Dalam hal ini perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Ini disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak menggunakan sumberdaya alam dan manusia disekitar lokasi perusahaan. Dari semua industri yang ada, salah satu yang mempunyai resiko yang tinggi akan pelanggaran terhadap kelestarian lingkungan, keselamatan tenaga kerja serta keamanan akan produk yang diperdagangkan adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia karena dilihat dari kegiatan produksinya perusahaan manufaktur pada sektor ini mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan, dan juga proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur sekor ini juga mengharuskan mereka untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi dan ini erat kaitannya dengan masalah keselamatan kerja. Maka dari itu, keberadaan perusahaan ikut berperan penting dalam memajukan suatu masyarakat sekitar untuk mewujudkan kesejahteraan, untuk itu para pelaku bisnis memiliki tuntutan perilaku (etika bisnis) untuk dapat membedakan mana yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

Dalam pemenuhannya, perusahaan tidak hanya mengutamakan profit dalam tujuan perusahaan, akan tetapi pemberdayaan masyarakat sekitar juga harus menjadi tujuan bagi perusahaan. Perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar, seperti memberikan lapangan pekerjaan, menyediakan barang yang dibutuhkan masyarakat untuk dikonsumsi ataupun digunakan. Dari situlah, masyarakat dan investor akan melihat citra baik dari perusahaan tersebut, sehingga akan dapat meningkatkan profit atau keuntungan bagi perusahaan serta meningkatkan nilai perusahaan.

Secara umum, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial atau yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja.

*Corporate Social Responsibility* tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak mendiskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok.

Tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya juga terkait dengan budaya perusahaan yang dipengaruhi oleh etika perusahaan yang bersangkutan. Budaya tersebut terbentuk dari setiap individu anggota perusahaan dan biasanya dibentuk oleh sistem di dalam setiap perusahaan. Sistem perusahaan khususnya alur dominasi para pemimpin yang memegang peranan penting dalam pembentukan budaya perusahaan, pemimpin perusahaan dengan motivasi yang kuat dalam etikanya yang mengarah pada kemanusiaan akan dapat memberikan nuansa budaya perusahaan secara keseluruhan (Azzaqun, 2014).

Selain bertanggung jawab dalam melaksanakan CSR, perusahaan juga bertanggung jawab dalam laporan tahunan (*annual report*). Pelaporan ini bertujuan untuk memenuhi atas transparansi dan akuntabilitas dari perusahaan kepada pemangku kepentingan atas pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosialnya. Semakin banyak CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan maka perusahaan dianggap mempunyai peringkat tinggi dalam bertanggung jawab secara sosial, begitu juga sebaliknya semakin sedikit CSR yang diungkapkan maka perusahaan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial.

Pada tahun 2007, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, adapun isi Undang-Undang tersebut yang berkaitan dengan CSR, adalah pada pasal 74 ayat 1 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang berbunyi “ Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”, dari ayat tersebut jelas bahwa pengungkapan CSR wajib dilakukan oleh setiap perusahaan maupun perseroan. Jika tidak dilakukan, maka akan ada sanksi untuk perusahaan maupun perseroan tersebut sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba meneliti mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sebagian berpengaruh secara positif dan sebagian tidak berpengaruh, hal itu menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Beureukat (2018) menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan dan CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariasih & Yadnyana (2018), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi *Corporate Social Responsibility* memperlemah pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Atmaja & Astika (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan, dan CSR tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas. Sedangkan, Handayani & Martha (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas (*Return On Asset*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan CSR memperkuat pengaruh ROA secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian-penelitian sebelumnya yang di mana, ada beberapa variabel yang masih menunjukkan hasil yang berbeda, bahkan bertentangan dengan hasil penelitian satu dengan lainnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018?

2. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat bantu dalam mempertimbangkan keputusan investasi di suatu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perusahaan, khususnya mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderator dan menjadi informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan serta dalam *Corporate Social Responsibility*.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan himbuan sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.



#### 4. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan tambahan referensi mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi. Selain itu menjadi tambahan informasi terhadap peneliti selanjutnya untuk melihat bagaimana pengaruh CSR dalam menilai perusahaan.