

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era kemajuan industri ini, kondisi perekonomian terus mengalami perkembangan, yang ditunjukkan dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang berdiri saat ini baik itu yang berskala kecil maupun besar. Dengan banyaknya perusahaan yang ada tentu akan menimbulkan suatu persaingan bisnis yang makin ketat antar perusahaan. Tujuan lain dari didirikannya suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar (Rahayu, 2010). Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008).

Pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan, karena pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar untuk menyusun sistem imbalan dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dalam perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan yang penting mengenai aset yang digunakan untuk membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan (Zuredah, 2010)

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga seperti saham. Jika harga saham tinggi maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaannya pun juga baik. Peningkatan terhadap nilai perusahaan yang tinggi menjadi tujuan jangka panjang dari sebuah

perusahaan, karena penilaian dari investor terhadap perusahaan dapat diamati dengan pergerakan harga saham yang ada di bursa efek untuk perusahaan yang sudah *go public*. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Tendi Haruman, 2008).

Jika perusahaan mengambil keputusan yang buruk maka harga saham akan turun. Oleh karena itu, tujuan dari manajemen adalah mengambil keputusan yang bisa menaikkan harga saham, karena akan menghasilkan kekayaan bagi para pemegang saham, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Brigham dan Houston, 2010 : 8).

Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan biasanya menggunakan analisis rasio keuangan. Rasio-rasio itu antara lain *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Net Profit Margin (NPM)* merupakan contoh indikator yang lazim atau sering digunakan oleh para peneliti untuk menilai tingkat profitabilitas perusahaan. Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Rahayu, 2010). Perusahaan yang dikelola secara strategis pada umumnya memiliki tujuan laba yang dinyatakan dalam bentuk laba persaham. Salah satu alat terpenting untuk menilai kekuatan suatu perusahaan yaitu dengan analisis keuangan, akan tetapi analisis keuangan tidak bisa secara otomatis dijadikan asumsi untuk menilai kekuatan suatu perusahaan. Ada cara lain yang tidak kalah penting dalam meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan penerapan *corporate governance* dan *corporate social responsibility* dalam perusahaan (Mauren dan Indah, 2017)

Dewasa ini banyak pimpinan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpinnnya pada *financial performance*. Paradigma yang dianut oleh banyak perusahaan tersebut adalah *profit oriented*. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja keuangan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja yang kurang baik. Hal ini

dikarenakan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu. Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauhmana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010 dalam Hesty, 2014).

Pada saat ini banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi. Saat ini telah muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif dari Perusahaan. Oleh sebab itu banyak perusahaan besar telah mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Erni, 2007). Oleh sebab itu, tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan CSR sebenarnya telah menjadi perbincangan beberapa dekade lalu, dan kini juga tengah marak gaungnya ditingkat nasional maupun global. Telah banyak perusahaan yang menyatakan bahwa CSR adalah penting karena perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomis kepada para *shareholders* mengenai bagaimana memperoleh profit yang besar, namun perusahaan juga harus memiliki sisi tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders* dilingkungan tempat perusahaan beroperasi (Handoko, 2010).

Dengan adanya penerapan *corporate social responsibility* dalam perusahaan (Mauren dan Indah, 2017). *Corporate social responsibility* merupakan cara perusahaan dalam mengelola usahanya yang tidak hanya berguna sebagai kepentingan pemegang saham tetapi juga berguna untuk pihak-pihak diluar perusahaan seperti masyarakat atau komunitas lokal, pemerintah, para pekerja, lembaga swadaya masyarakat serta lingkungan. Semua pemegang saham ini mempunyai dampak langsung maupun tidak langsung terhadap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan di sekitar lingkungan tersebut (Grace, 2012).

Program *corporate social responsibility* merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk mengurangi resiko terhadap sosial serta dapat berfungsi sebagai sarana meningkatkan nama baik perusahaan di mata publik demi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Salah satu implementasi *corporate social responsibility* yaitu dengan pengembangan atau pemberdayaan masyarakat, karena seiring berjalannya waktu masyarakat tidak hanya menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut perusahaan untuk bertanggungjawab terhadap sosial (Ryan Hardianto, 2014).

Semakin tingginya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh perusahaan maka akan semakin meningkatkan *image* perusahaan menjadi lebih baik, sehingga lebih mudah menarik minat para investor dan loyalitas dari pelanggan pun juga akan meningkat. Pada akhirnya hal tersebut akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang semakin meningkat (Nuraini Anitasari, 2018).

Corporate social responsibility saat ini tidak hanya memiliki sifat yang sukarela atau komitmen yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempertanggungjawabkan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, namun saat ini *corporate social responsibility* menjadi hal yang wajib di terapkan pada perusahaan. Berdasarkan pada Undang – Undang Nomor 40 tahun 2007 mengenai perseroan terbatas maka suatu perusahaan diwajibkan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial kepada masyarakat.

Penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, yaitu menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Reny dan Denies, 2012). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Miranti Nurhayati dan Dr. Henny Medyawati, S.Kom., MM, (2012) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dengan pengertian di atas tentang konsep CSR, pengembangan model CSR (*CSR Models*) mengalami pergeseran dari perspektif *shareholder* perspektif

stakeholder, artinya kehadiran perusahaan harus dilihat dari mereka yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, dalam hal ini tidak hanya pemilik bisnis saja akan tetap diperluas dalam kelompok yang lebih lebar. Namun demikian tentunya tingkat kepentingan setiap *stakeholder* akan berbeda, mulai dari karyawan, pembeli, pemilik, pemasok dan komunitas lokal, organisasi nirlaba, aktivis, pemerintah, sampai dengan media yang secara tidak langsung berhubungan dengan perusahaan.

Penting dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam CSR bahwa CSR bukan sekedar usaha mendapatkan ijin sosial dari masyarakat untuk mengamankan operasional perusahaan atau untuk mengurangi kerugian lingkungan dari aktivitas usahanya, tetapi lebih jauh CSR adalah upaya untuk meningkatkan kualitas hidup dari *stakeholder* (sesuai dengan prioritasnya). Dengan demikian, peduli terhadap akibat sosial, mengatasi kerugian lingkungan sebagai akibat dari aktivitas usaha, ijin sosial dari masyarakat menjadi bagian kecil dari usaha untuk meningkatkan kualitas hidup tersebut. *Stakeholder* yang dirumuskan diatas (karyawan, pembeli, pemilik, pemasok dan komunitas lokal, organisasi nirlaba, aktivis, pemerintah, dan media), pada dasarnya mempunyai tujuan yang sama yakni kemakmuran. Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban diatas.

Dengan ketidak konsistenan pemaparan peneliti-peneliti terdahulu maka peneliti kembali menggunakan pengaruh kinerja keuangan dengan proksi ROA, ROE, NPM sebagai variabel bebas dan *corporate social responsibility* dengan proksi index GRI G4 terhadap nilai perusahaan yang diproksikan menggunakan Tobin's Q.

Alasan peneliti memilih manufaktur sektor aneka industri karena perusahaan-perusahaan ini datanya jarang dipakai untuk penelitian dengan variabel ROA, ROE, NPM dan CSR oleh peneliti terdahulu pada waktu terbaru, lalu perusahaan ini dihadapkan dengan keadaan ekonomi yang fluktuatif dari tahun 2016-2018.

Di awal tahun 2016 sejak awal 2016, sektor aneka industri menjuarai perolehan imbal hasil (*return*) di antara sektor lainnya di bursa. Secara *year-to-date*, *return* sektor ini mencapai 17,83 persen, tertinggi dibanding *return* sektor lainnya yang hanya di bawah 12 persen. Dari lima emiten yang memiliki kapitalisasi terbesar di sektor aneka industri, grup Astra membukukan *return* paling signifikan. Hingga penutupan perdagangan kemarin (Rabu, 23 Maret 2016), saham PT Astra International Tbk (ASII) dan PT Astra Otoparts Tbk (AUTO) masing-masing naik 23,33 persen dan 20 persen. Sementara saham PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) tercatat menurun paling tajam sekitar 23,2 persen (bareksa.com)

Pada Agustus 2016 Indeks sektor aneka industri dan sektor keuangan mencatat pertumbuhan positif di tengah penurunan sektor-sektor lainnya. Indeks sektor aneka industri bertumbuh 1,12% dari 1.352,54 pada perdagangan sebelumnya ditutup pada level 1.367,68 atau mengalami kenaikan 15,15 poin. Sementara indeks sektor keuangan naik 4,0 poin dari 798,417 ke 802,489 atau tumbuh 0,51% (beritasatu.com)

Kinerja sektor aneka industri mengalami kenaikan di Kuartal I 2016 mencapai 67 persen dari sembilan emiten yang telah rilis laporan keuangan ke publik. Laba tertinggi dibukukan oleh PT Indomobil Sukses Internasional Tbk (IMAS) yang mencapai 53 persen menjadi Rp22,1 miliar. Sedangkan, produsen sepatu PT Sepatu Bata Tbk (BATA) mengalami penurunan laba sebesar 25 persen. Pada Kuartal I 2015 laba masih sebesar Rp586 juta, lalu anjlok menjadi Rp442 juta pada Kuartal I 2016 (bareksa.com)

Berdasarkan catatan Bursa Efek Indonesia (BEI), sektor aneka industri turun hingga 3,05 persen ke level 1.271,541 dari posisi akhir pekan lalu 1.311,625. Melihat pergerakan harga saham emiten otomotif memang terjadi penurunan yang berkelanjutan setiap harinya, sebut saja PT Astra International Tbk (ASII), harga sahamnya akhir ini ditutup melemah ke level Rp. 7.575. Padahal, awal harga saham Astra International masih bertengger pada level Rp. 7.850. Sementara itu, harga saham emiten otomotif lainnya yakni, PT Gajah Tunggal Tbk (GJTL) juga terus mengalami pelemahan setiap hari. Harga saham

Gajah Tunggal pada akhir ditutup di level Rp 1.185, sedangkan pada awal harganya masih berada pada level Rp1.130 (cnnindonesia.com).

Pada awal 2017, perusahaan sektor aneka industri mengalami penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Sektor-sektor penggerak indeks mayoritas menguat, dengan sektor industri dasar naik hampir 1%. Sementara sektor konsumsi dan aneka industri tercatat berada di zona negatif. Saham-saham yang berada di deretan *top losers*, antara lain saham PT Unilever Tbk (UNVR) turun Rp. 400 ke Rp. 41.500, saham PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) turun Rp. 50 menjadi Rp. 15.100 dan saham PT Astra International Tbk (ASII) turun Rp. 25 menjadi Rp. 8.075 (idxchannel.okezone.com, 2017).

Pada pertengahan tahun 2017, sektor aneka industri masih mengalami penurunan, Sektor aneka industri masih menjadi biang kerok penurunan IHSG, dengan melemah 2,5% (idxchannel.okezone.com, 2017). Namun Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks sektor aneka industri pada April berada di level 1.536,728, atau naik signifikan 6,28 persen dibandingkan sebelumnya di level 1.445,924. Astra International memiliki kapitalisasi pasar Rp370,42 triliun, jadi penyumbang terbesar dari kenaikan indeks aneka industri karena naiknya harga saham Astra International dari lini otomotif, Astra merupakan penopang baik bagi sektor aneka industri (cnnindonesia.com).

Padahal industri tekstil adalah salah satu sektor aneka industri yang merupakan bagian sektor manufaktur terbesar ketiga di Indonesia dan menjadi salah satu sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja. Ekspor tekstil dan produk tekstil Indonesia mencapai US\$12,4 miliar pada tahun 2017, melebihi target dari Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) sebesar US\$ 11,8 miliar.

Pada Februari 2018 sektor saham aneka industri menanjak 2,16 persen, dan catatkan penguatan terbesar. Disusul sektor saham tambang dan perdagangan masing-masing menguat 0,63 persen dan 0,62 persen. Saham-saham yang cetak penguatan antara lain saham BBRM naik 34,55 persen ke posisi Rp 74, saham BOSS melonjak 25 persen ke posisi Rp 1.750 per saham, dan saham AISA menanjak 22,02 persen ke posisi Rp 665 per saham (liputan6.com).

Pada akhir 2018, Sektor aneka industri melemah dan memimpin koreksi mayoritas sektor membebani pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan

(IHSG) di zona merah pada perdagangan.. Berdasarkan data Bloomberg, IHSG melemah 0,53% atau 30,24 poin ke level 5.726,37 pada pukul 09.26 WIB, setelah dibuka turun 0,31% atau 18,02 poin di level 5.738,59 (market.bisnis.com).

Tetapi pada bulan November 2018 Saham emiten aneka industri menjadi penopang utama atas penguatan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada akhir sesi I perdagangan. Berdasarkan data Bloomberg, IHSG menguat 0,69% atau 40,04 poin ke level 5.817,09 pada akhir sesi I. Padahal, indeks sempat lanjut melemah ke level 5.747 setelah dibuka dengan pelemahan 0,39% atau 22,45 poin di posisi 5.754,60. Saham PT Astra International Tbk. (ASII) menjadi pendorong utama terhadap penguatan IHSG pada akhir sesi I, bersama empat emiten lainnya berdasarkan nilai kapitalisasi pasar. Sementara itu, saham ASII (+2,54%), SMSM (+0,70%), SRIL (+0,56%), dan PBRX (+0,89%) menjadi penopang utama atas penguatan sektor aneka industri ini (market.bisnis.com).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018)”**

1.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Returns of Assets* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh *Returns of Equity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Bagaimanapengaruh *Net Profit Margin* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

4. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris atas :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Returns of Assets* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Returns of Equity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Net Profit Margin* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan serta informasi tambahan ataupun masukan-masukan yang membangun dari Kinerja Keuangan dan dalam menerapkan *corporate social responsibility* juga Penyusunan Laporan Keuangan dalam perusahaan.
2. Bagi Investor
Memberikan informasi mengenai pengaruh Kinerja Keuangan perusahaan tersebut serta melihat penerapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat dijadikan

sebagai bahan pertimbangan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

3. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi mengenai pentingnya perusahaan menerapkan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, sehingga masyarakat tau akan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat serta hak-hak sosial dan lingkungan yang di dapat oleh masyarakat dari perusahaan.