

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Saat ini industri di Indonesia semakin berkembang dan kebanyakan perusahaan masih fokus hanya pada pencarian keuntungan. Ketatnya persaingan seringkali menjadi alasan utama oleh perusahaan untuk menghalalkan segala cara untuk menekan biaya serendah-rendahnya dan meraih keuntungan yang tinggi. Disaat banyaknya perusahaan yang semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, oleh karena itu muncul kesadaran untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan tersebut. Dewasa ini, banyak perusahaan yang menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR). Penerapan CSR pada saat sekarang ini sudah dianggap sebagai sebuah investasi perusahaan.

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan istilah yang sudah tidak asing lagi bagi dunia usaha. Konsep CSR menyatakan bahwa suatu perusahaan memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat yang ada di sekitar tempat perusahaan menjalankan kegiatan usahanya. CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi kepedulian oleh perusahaan terhadap perkembangan masyarakat di sekitar perusahaan dengan melaksanakan berbagai program CSR yang bermanfaat.

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan cara yang ditempuh oleh perusahaan untuk membangun citra dan nama baik perusahaan dimata masyarakat. Jadi *corporate social responsibility* (CSR) adalah serangkaian bentuk kegiatan mensejahterakan masyarakat yang memiliki komponen penting bagi eksistensi jangka panjang perusahaan, karena menunjukkan wajah bisnis sebenarnya pada masyarakat luas terutama masyarakat lokal di sekitar lokasi bisnis mereka.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawabnya terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonomis. Jika kita berbicara tentang tanggung jawab sosial perusahaan, maksudnya adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis. Hal itu bisa terjadi dengan dua cara yaitu cara positif

dan negatif. Secara positif, perusahaan bisa melkakukan kegiatan yang tidak membawa keuntungan ekonomis dan semata-mata dilangsungkan demi kesejahteraan masyarakat atau salah satu kelompok di dalamnya.

Ada berbagai penafsiran tentang CSR dalam kaitan aktivitas atau perilaku suatu perusahaan, namun yang paling banyak diterima saat ini adalah pendapat bahwa yang disebut CSR adalah yang sifatnya melebihi laba. Perusahaan tidak dapat membangun suatu masyarakat yang makmur, tanpa bisnis yang menguntungkan. Namun, di sisi lain, juga tidak bisa menumbuhkan suatu ekonomi yang kompetitif di perusahaan.

Profitabilitas sebagai salah satu acuan dalam mengukur besarnya laba menjadi begitu penting untuk mengetahui apakah perusahaan telah menjalankan usahanya secara efisien. Efisien sebuah usaha baru dapat diketahui setelah membandingkan laba yang diperoleh dengan aset atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Pandia (2016:64) berpendapat bahwa rasio profitabilitas adalah alat ukur yang digunakan dalam mengukur efektivitas perusahaan memperoleh laba.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Lukviarman, 2016:33). Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk dapat menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Dalam mengukur profitabilitas ini rasio keuangan yang digunakan adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

Suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan aktivitas operasinya, haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan/profitable. Tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Sehingga, dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada akhir tahun berjalan yang tercermin pada harga saham perusahaan (Fahmi, 2015:118). Semakin tinggi

harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan sebaliknya semakin rendah harga saham maka nilai perusahaan juga rendah atau kinerja perusahaan kurang baik. Nilai perusahaan diukur dengan *price to book value* (PBV) yaitu rasio yang mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan harga saham per lembar saham.

Perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan rendah.

Selain faktor finansial, maka faktor sosial juga harus menjadi perhatian dalam pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan. Program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan akan memberikan dampak finansial bagi perkembangan perusahaan misalnya peningkatan produksi, peningkatan laba, dan sebagainya. Perusahaan yang telah melaksanakan program CSR dan mendapat dukungan dari masyarakat tentunya dapat menjalankan usahanya dengan lancar sehingga mencapai laba yang diinginkan perusahaan di Indonesia banyak berdiri perusahaan dimana salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif. Perusahaan otomotif merupakan jenis perusahaan yang kegiatan utamanya adalah merancang, mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan kendaraan bermotor beserta komponennya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ganang Radityo Primady dan Sugeng Wahyudi (2015) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian lainnya oleh Putu Elia Meilinda Murnita dan I Made Pande Dwiana Putra (2018) bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Rendi Siswanto dan Budi Yanti (2018) bahwa CSR terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi. Penelitian oleh Ghifari Luthfan Pratama, Dini Wahjoe Hapsari dan Muhammad Muslih (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai

perusahaan.

Hal tersebut menggambarkan bahwa pada penelitian terdahulu terjadi ketidaksesuaian hasil penelitian (*gap research*) dimana pengungkapan CSR mampu mempengaruhi signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi dalam penelitian lainnya pengungkapan CSR tidak terbukti mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian Ganang Radityo Primady dan Sugeng Wahyudi (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif signifikan sedangkan profitabilitas (ROE) tidak memengaruhi Nilai Perusahaan. Adapun penelitian oleh Dea Putri Ayu dan Gede Suarjaya (2017) bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Begitu juga pada penelitian terdahulu telah terjadi ketidaksesuaian hasil penelitian (*gap research*) dimana pengungkapan profitabilitas (ROE dan ROA) mampu mempengaruhi signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi dalam penelitian lainnya pengungkapan profitabilitas (ROE dan ROA) tidak terbukti mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dan adanya *gap research* pada penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan riset dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian tersebut perumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Pengaruh profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **1.3.2. Kegunaan penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

##### 1. Bagi perusahaan

Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

##### 2. Bagi investor

Akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter

##### 3. Bagi masyarakat

Akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.