

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan (*profit maximization*). Namun seiring dengan berjalannya waktu masyarakat semakin menyadari adanya dampak-dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya, karena itu para pelaku bisnis semakin dituntut agar tidak hanya berorientasi dalam memaksimalkan laba tetapi juga mampu memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar (Sembiring, 2005 dalam Arik, 2013:1)

Untuk mencapai tujuan suatu perusahaan diperlukan sinergi dan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan tentunya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan interaksi antara perusahaan dan lingkungan, karena lingkungan memberikan kontribusi bagi kelangsungan perusahaan dan juga kesejahteraan sosial. Investor sangat menghargai praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) didalam perusahaan dan mengetahui bahwa aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai informasi untuk menilai keberlangsungan hidup suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Apabila suatu perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara berkesinambungan maka pasar akan dapat memberikan apresiasi positif yang akan diperlihatkan dengan kenaikan harga saham perusahaan dan juga menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Dengan melakukan tanggung jawab sosial, perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya dimana biaya ini nantinya akan menjadi beban dan mengurangi pendapatan yang diperoleh perusahaan dan juga

akan mengurangi tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Namun apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya secara berkesinambungan dan konsisten, maka citra perusahaan di pihak eksternal perusahaan akan semakin baik. Hal ini akan berpengaruh terhadap semakin tingginya loyalitas konsumen kepada perusahaan. (Amanda, 2016 dalam Murnita dan Putra: 2)

Namun kenyataannya saat industri berkembang, banyak perusahaan yang hanya memfokuskan diri sebagai suatu organisasi yang hanya berfokus untuk mencari keuntungan ekonomi dan tidak peduli akan dampak yang ditimbulkan, hingga muncul kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan sekitar yang terjadi. Isu lingkungan di Indonesia sedang hangat dibicarakan masyarakat saat ini, khususnya pada dampak yang disebabkan kegiatan dari perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dengan berbagai latar belakang industri mulai memberikan masalah-masalah lingkungan dan sosial saat mengembangkan bisnis perusahaan, seperti aksi yang dilakukan petani dari kawasan Pegunungan Kendeng, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah pada Maret 2017 di Jakarta. Aksi yang dilakukan dengan mengecor kaki mereka sebagai bentuk protes terhadap izin lingkungan baru bagi PT Semen Indonesia, tragisnya aksi ini sampai menelan korban jiwa. Mereka yang menggantungkan hidup sebageaian besar pada sektor pertanian menuntut untuk penghentian pembangunan PT Semen Indonesia di Rembang yang berpotensi menimbulkan kerusakan lingkungan terutama pada sumber mata air pegunungan dan hilangnya mata pencaharian utama mereka (<http://antaranews.com>)

Selain itu, Roy Lumbangaol selaku staf dari Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) Sumatera Utara, menyebutkan kerusakan alam Indonesia pada tahun 2017 sangat tinggi akibat aktivitas manusia tidak memiliki kontrol dalam pemanfaatan alam dan sumber daya alam itu sendiri, serta aktivitas korporasi penyumbang kerusakan alam paling besar di Indonesia seperti pertambangan, perkebunan, dan pembangunan pengembangan property (<http://news.metro24jam.com>). Kasus lain terjadi pada April 2017, sekitar 5000 liter oli dari mesin *steam boiler* (ketel uap) pabrik milik PT Central Georgette Nusantara Printing yang pecah tumpah mencemari

Sungai Saguling di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, yang sebelumnya telah mencemari dua hektar lahan pertanian warga ([www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com)).

Menanggapi isu tersebut perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat terus berjalan tanpa ada protes atau masalah yang timbul karena kurang memperhatikan lingkungan (Bawafi dan Prasetyo, 2016:1). Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan akan berdampak positif bagi keberlangsungan hidup lingkungan perusahaan dan masyarakat sekitar. Masyarakat akan lebih mengenal perusahaan yang melakukan *corporate social responsibility (CSR)* dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan, sehingga hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari naiknya harga saham perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Ketika para investor ingin berinvestasi, investor akan mencari tahu terlebih dahulu mengenai perusahaan yang akan diinvestasikan dan memilih perusahaan mana yang paling menguntungkan bagi investor. Nilai perusahaan menunjukkan seberapa tinggi tingkat keberhasilan suatu perusahaan, sehingga dapat menjadi gambaran investor untuk melakukan investasi. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar ataupun investor percaya terhadap kinerja perusahaan pada saat ini dan masa yang akan datang (Setiawati dan Lim, 2016:2). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimumkan nilai perusahaan berarti perusahaan juga berupaya untuk memaksimumkan kepuasan para pemegang saham yang merupakan salah satu tujuan perusahaan. Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Munawaroh, 2014 dalam Murnita & Putra, 2018:1-2). Faktor non Finansial juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kinerja keuangan yang

berdampak terhadap nilai perusahaan tersebut. Faktor non finansial yang di maksud salah satunya yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu faktor non finansial yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen dalam meningkatkan *corporate value* (Umbara dan Suryanawa, 2014:2).

*Corporate Social Responsibility (CSR)* saat ini sudah ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang disahkan pada 16 Agustus 2007, dalam pasal 74 yang menyatakan:

Ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Ayat (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan & diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan & kewajaran.

Ayat (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Ayat (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran *Corporate Social Responsibility (CSR)* terdapat didalam Undang-Undang Nomer 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, pasal 42 ayat (1) menyatakan “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”. Kemudian ketentuan pelaksanaan Tanggung Jawab

Sosial dan Lingkungan terdapat dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Terbatas, yang ditetapkan di Jakarta, pada 4 April 2012 ([www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com)).

Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat erat kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan dimana suatu perusahaan dalam melakukan kegiatannya harus berdasar pada keputusan yang tidak semata-mata pada aspek ekonomi (keuntungan) melainkan juga harus memikirkan dampak dari sosial dan lingkungan yang mungkin timbul dari keputusannya tersebut. Bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan pelestarian lingkungan, penggunaan energi secara efisien, memperomosisikan kesehatan dan keselamatan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, membiayai fasilitas umum, dan mendukung pengembangan industri lokal yang berada di sekitar perusahaan. Kegiatan tersebut tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas kehidupan tenaga kerja, masyarakat beserta lingkungan sekitar perusahaan.

Salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau program tanggung jawab sosial seperti yang dilakukan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk atau yang biasa disebut Semen Gresik, yang kembali meluncurkan program tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility / CSR*) unggulan 2017 untuk memberdayakan dan mendorong kemandirian masyarakat di sekitar perusahaan. Kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Semen Gresik yang senantiasa meningkat setiap tahun yaitu Rp 22 miliar pada 2014, Rp 24 miliar pada tahun 2015 dan pada tahun 2016 menunjukkan posisi *strategic community development* dalam memastikan keberhasilan dalam memastikan bisnis Semen Gresik. Program Unggulan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Semen Gresik pada tahun 2017 terfokus pada bidang pengembangan dan pemberdayaan masyarakat atau *community development*, yaitu mendorong kemandirian dan peningkatan kapabilitas ekonomi, sosial dan budaya masyarakat di sekitar perusahaan. Lima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Unggulan Semen Gresik yaitu menyerahkan bantuan kepada Forum Masyarakat Kokoh (FMK) dengan program pemberdayaan masyarakat dan

mendorong kemitraan serta keterlibatan bersama segenap pemaku kepentingan, dalam bentuk partisipasi dalam memperingati Hari Raya Idul Adha 1438 H Semen Gresik menyalurkan 34 ekor sapi kurban kepada masyarakat di seluruh kabupaten Tuban, upaya mendukung pengentasan kemiskinan dari pemerintah pusat dan Pemkab Tuban melaksanakan bedah rumah tak layak huni, membangun kerja sama erat dengan salah satu mitra strategis perusahaan yaitu para petani pengelola sabuk hijau area tambang atau yang disebut *green belt* dan kelima bantuan semen secara simbiolis untuk pembangunan gedung sekolah, sarana pendidikan Al-Quran, masjid, musala, gereja, dan fasilitas publik lainnya. Dengan anggaran *Corporate Social Responsibility* (CSR) Rp 25 miliar dari Semen Gresik harus dimanfaatkan dengan efisien, efektif dan tepat sasaran. ([www.sindonews.com](http://www.sindonews.com)).

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah banyak dilakukan dengan berbagai variabel. Beberapa tahun belakangan ini konsep pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengalami perubahan. Hal ini menarik untuk diamati apakah rasa tanggung jawab sosial perusahaan melalui aktivitas-aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) berhubungan dengan meingkatnya citra perusahaan yang dilihat dari *price book value*. Suidani dan Darmayanti (2016:2) *Price book value* yang dapat diartikan sebagai hasil dari perbandingan antara harga saham dengan nilai buku. Semakin tinggi *price book value* menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang juga semakin tinggi tujuan utama dari perusahaan.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholders*, nilai nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkrlanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (value) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha (Waryanti, 2009 dalam Putra, 2014:2). Faza (2014:14) dalam penelitiannya mengatakan bahwa semakin banyak perusahaan mengungkapkan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya,

maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya. Hasil ini sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Suatu perusahaan didirikan untuk meningkatkan kemakmuran dari pemilik atau pemegang saham apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham maka, semakin meningkat kemakmuran pemegang saham (Monika, 2014 dalam Masitoh. 2018:1). Harga saham dan nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baikkah keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun prospek ke depannya (Fitriah, 2016 dalam Masitoh. 2018:1). Peningkatan nilai perusahaan dapat menggunakan kinerja keuangan yang sering diprokasikan dengan rasio-rasio keuangan. Pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu indikator yang dipergunakan oleh investor untuk menilai suatu perusahaan dari harga pasar saham di Bursa Efek Indonesia. Laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan merupakan cerminan dari kinerja keuangan perusahaan. Informasi keuangan tersebut mempunyai fungsi sebagai sarana informasi, alat pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik perusahaan, penggambaran terhadap indikator keberhasilan perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Hardian, 2016:2)

Nilai perusahaan selain dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat dipengaruhi oleh hal lain seperti kinerja keuangan. Kinerja keuangan dapat dilihat melalui rasio-rasio keuangan, salah satunya profitabilitas dan *leverage*. Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Profit yang tinggi memberikan indikator prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham (Sudiani dan Darmayanti, 2016:1). *Leverage* merupakan pembiayaan yang berasal dari eksternal perusahaan. Utang yang tinggi dapat menurunkan pengeluaran pajak, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, utang yang terlalu tinggi juga membuat kondisi keuangan perusahaan menjadi tidak sehat sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Oleh

karena itu, besar kecilnya penggunaan utang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Pengukuran yang sering digunakan untuk kebijakan utang adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh berapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar utang. Semakin rendah *Debt to Equity Ratio* (DER), semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya (Setiawati dan Lim, 2016:3). Rasio ini dicari dengan membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas.

Perkembangan perusahaan industri manufaktur di Indonesia cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 tercatat 144 (seratus empat puluh empat) perusahaan, jumlah ini bertambah 8 (delapan) perusahaan dari tahun 2013 yang tercatat 136 (seratus tiga puluh enam) perusahaan. Dengan bertambahnya perusahaan manufaktur tidak menutupi kemungkinan perusahaan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan prospeknya menguntungkan di masa yang akan datang, akan tetapi persaingan pun menjadi semakin ketat.

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) meliputi 3 (tiga) jenis sektor industri, yaitu perusahaan sektor industri dasar dan kimia, perusahaan sektor aneka industri dan perusahaan sektor industri barang konsumsi. Sektor industri kimia terdiri dari 8 (delapan) sub sektor yaitu sub sektor; sub sektor keramik, porselen & kaca; sub sektor logam & sejenisnya; sub sektor kimia; sub sektor plastik & kemasan; sub sektor pakan ternak; sub sektor kayu dan pengelolannya; dan sub sektor pulp & kertas. Sektor aneka industri terdiri dari 6 (enam) sub sektor yaitu mesin dan alat berat; otomotif dan komponen; tekstil & garment; alas kaki; kabel; dan elektronika. Sektor industri barang konsumen terdiri dari 5 (lima) sub sektor yaitu, makanan & minuman; rokok; farmasi; kosmetik & barang keperluan rumah tangga; dan peralatan rumah tangga.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR),



profitabilitas dan *debt to equity ratio* (DER) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 3 (tiga) tahun, dengan menggunakan proksi CSRI untuk pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), *return on equity* (ROE) untuk profitabilitas dan *debt to equity ratio* (DER).

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yang menjadi pokok permasalahan:

- 1) Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 2) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 3) Apakah *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap nilai Perusahaan ?
- 4) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

- 1) Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2) Pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 3) Pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.
- 4) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1) Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literatur serta bukti tambahan untuk sumber penelitian selanjutnya, sehingga dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.

2) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan bisa menjadi referensi dalam pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan yang di sajikan perusahaan tanpa melanggar undang-undang perseroan terbatas yang berlaku.

3) Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan saran dalam mempertimbangkan dalam melakukan investasi aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan dalam melakukan investasi yang tidak hanya terpaku pada ukuran-ukuran *financial* dan *non-financial*.

4) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan tanggapan secara lebih aktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.