

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

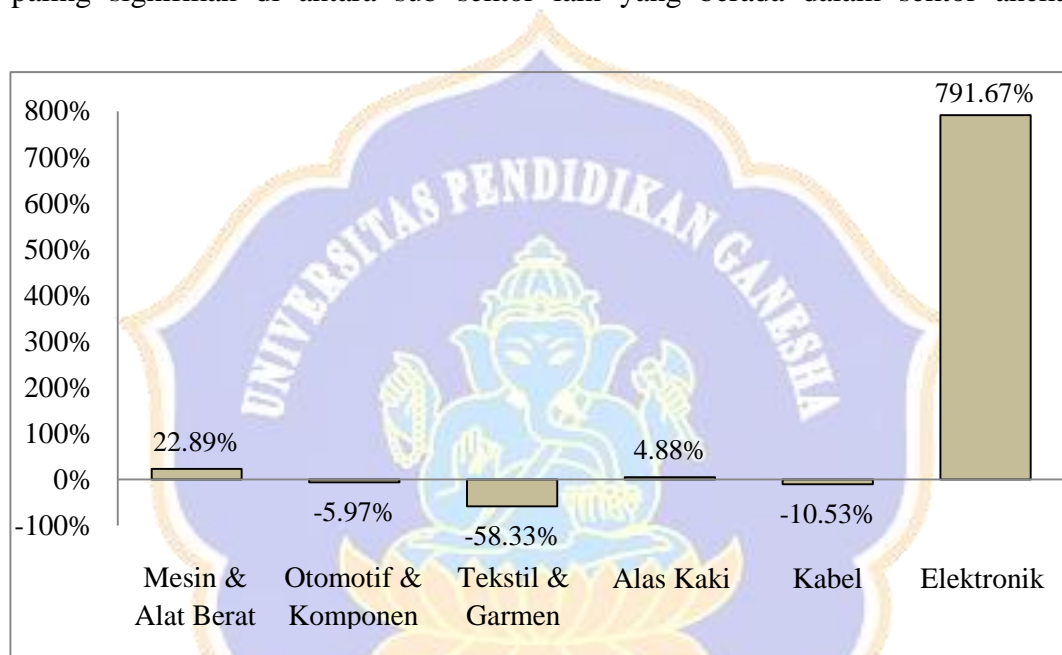
Kemajuan teknologi dan informasi juga berimbas dalam bidang bisnis yang mendorong terjadinya persaingan di dunia usaha yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk selalu bisa menghadapi tantangan serta mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan di tengah persaingan tersebut. Siregar, dkk (2018) menyatakan bahwa nilai perusahaan menjadi bagian penting bagi perusahaan untuk bertahan hidup dalam dunia bisnis. Perusahaan yang tidak dapat bertahan akan tertinggal oleh para pesaingnya sehingga potensi untuk mendapatkan keuntungan juga semakin kecil bahkan bisa mengalami kebangkrutan. Menghadapi kondisi seperti itu, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Hal itu sejalan dengan Beureukat (2018) bahwa persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat menjadikan perusahaan bersaing untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi tujuan utama perusahaan agar dapat mencapai keberhasilan serta mempertahankan keberlanjutannya. Nilai perusahaan yang baik akan memberikan kepercayaan dari masyarakat maupun investor sehingga perusahaan mampu mempertahankan eksistensinya.

Nilai perusahaan merupakan persepsi publik terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga dari sebuah perusahaan yang

bersedia dibayar oleh calon pembeli (Husnan dan Pudjiastuti, 2012). Perusahaan yang dinilai baik akan diminati investor untuk menanamkan modalnya sehingga harga saham perusahaan akan meningkat. Hal itu sejalan dengan konsep nilai perusahaan dalam teori keuangan pasar modal bahwa nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham berdasarkan permintaan dan penawaran dalam transaksi di pasar modal yang merupakan refleksi penilaian publik secara riil (Harmono, 2017). Meningkatnya nilai perusahaan menjadi sebuah prestasi yang baik bagi perusahaan dan para pemilik atau pemegang saham karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka perusahaan dapat bertahan dan berkembang serta kesejahteraan pemilik juga akan meningkat. Dalam hal ini, nilai perusahaan diprosikan dengan *Price to Book Value* yang selanjutnya disebut dengan PBV. PBV yang juga dikenal dengan istilah *Market to Book Ratio* digunakan dalam mengukur nilai perusahaan karena rasio ini merupakan rasio pasar yang menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku dari saham suatu perusahaan (Brigham dan Houston, 2001). Artinya, rasio PBV dihitung berdasarkan harga saham yang terjadi di pasar dibandingkan dengan nilai buku dari saham perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri khususnya sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sektor manufaktur atau pengolahan non migas merupakan sektor yang penting bagi perekonomian Indonesia yang dicerminkan dari PDB sektor tersebut memberikan kontribusi yang tertinggi bagi PDB nasional khususnya tahun 2017 yaitu sebesar 17,88% dan tahun 2018 sebesar 17,66% (Kementerian Perindustrian, 2018 dan 2019). Sektor pengolahan non migas terdiri dari industri dasar dan

kimia, aneka industri dan industri barang konsumsi. Industri dasar dan kimia serta industri barang konsumsi mengalami peningkatan nilai perusahaan yang dilihat dari PBV dari tahun 2017 ke tahun 2018. Sementara, sektor aneka industri justru mengalami penurunan nilai perusahaan (PBV) (lampiran 01). Berdasarkan Gambar 1.1 yang diolah dari data pada lampiran 02, sub sektor tekstil dan garmen dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan nilai perusahaan yang paling signifikan di antara sub sektor lain yang berada dalam sektor aneka



industri.

Gambar 1.1

Persentase Fluktuasi Nilai Perusahaan (PBV) Sub Sektor dalam Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2018

Kinerja fundamental perusahaan menjadi pertimbangan oleh pasar dan membawa dampak terhadap nilai perusahaan. Informasi mengenai kinerja perusahaan yang dipublikasikan akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Profitabilitas sering digunakan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan dalam melihat kinerja manajemen

mengelola perusahaannya untuk menghasilkan laba. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2015). Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menjadi informasi menarik bagi investor. Hal itu sejalan dengan Harmono (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas menjadi kinerja fundamental yang sering direspon signifikan oleh kondisi pasar khususnya di Indonesia. Disamping itu, profitabilitas akan menjadi hasil akhir yang mencerminkan efektivitas dalam pengelolaan perusahaan (Weston dan Copeland, 1996).

Profitabilitas memiliki hubungan kausalitas terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan jika profitabilitas tinggi, maka akan berdampak positif terhadap keputusan investor di pasar modal yang dicerminkan oleh harga saham (Harmono, 2017). Jika kemampuan perusahaan menghasilkan laba tinggi akan menunjukkan kinerja keuangan dan kinerja fundamental perusahaan yang baik sehingga direspon positif oleh investor. Oleh karena itu, nilai perusahaan juga akan meningkat. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan *Earning per Share* yang selanjutnya disebut EPS, karena rasio tersebut menunjukkan keuntungan per lembar saham yang didapatkan bagi pemegang saham (Kasmir, 2013). Artinya, EPS dapat menjadi indikator dari sudut pandang investor dalam melihat keuntungan yang didapatkan dari per lembar saham perusahaan yang dimiliki. Beureukat (2018); Distyowati dan Purwohandoko (2019) dalam penelitiannya membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil berbeda ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Umam dan Hartono (2019) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Keberadaan perusahaan yang dinilai berdampak buruk terhadap masyarakat dan lingkungan sering menjadi sorotan serta tuntutan oleh masyarakat maupun organisasi terkait. Salah satunya seperti kasus kebakaran hutan yang terjadi di Sumatera dan Kalimantan pada September 2019 yang diduga disebabkan oleh perusahaan-perusahaan perkebunan sawit. Sebanyak 42 lokasi perusahaan dilakukan penyegelan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan serta 4 perusahaan sudah menjadi tersangka terkait dengan kasus kebakaran hutan tersebut. Perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kebakaran tersebut terancam diberikan sanksi seperti pencabutan izin serta penyelesaian secara hukum baik melalui gugatan perdata atau pidana (liputan6.com, 2019). Berdasarkan kasus tersebut, dapat dilihat bahwa perusahaan yang berfokus pada keuntungan saja dan tidak memperhatikan dampak negatif bahkan menimbulkan dampak buruk yang merugikan bagi masyarakat dan lingkungan akan mengancam keberlanjutan perusahaannya sendiri. Disamping itu, perusahaan akan mendapat citra negatif akibat tindakannya yang merugikan masyarakat dan lingkungan.

Selain fokus pada tujuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan juga harus memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitar di mana perusahaan berada. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* yang selanjutnya disebut dengan CSR. CSR merupakan kegiatan perusahaan dalam meminimalkan dampak negatif perusahaan dan kepedulian terhadap *stakeholder* dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan secara berkelanjutan (Indonesia Business Links dalam Kartini, 2013). CSR didasarkan pada konsep *Triple Bottom Line* agar perusahaan dapat bertahan, yaitu dengan

memperhatikan 3P (*profit, people* dan *planet*) yang menyangkut aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Eklington dalam Hadi, 2011). Artinya, aktivitas ekonomi yang dilakukan perusahaan dilakukan tanpa meninggalkan perhatian pada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap kepentingan *stakeholder* yang harus dipenuhi untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi perusahaan. Legitimasi menjadi hal penting bagi perusahaan sebagai lisensi sosial yang mendukung keberadaan perusahaan dalam jangka panjang (Kartini, 2013).

Pentingnya praktik CSR saat ini tidak hanya menjadi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tetapi menjadi sebuah kewajiban. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan, mewajibkan perseroan melakukan tanggung jawab sosial (pasal 3), dan pelaksanaan tanggung jawab sosial dimuat dalam laporan tahunan (pasal 6). Kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan juga terdapat dalam peraturan Bapepam nomor X.K.6 dalam Keputusan Ketua Bapepam dan LK nomor Kep-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik serta membagi CSR dalam empat aspek yaitu lingkungan hidup, ketenagakerjaan, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu GRI G4. Indikator GRI digunakan karena indikator pengungkapan CSR dari GRI sudah umum digunakan secara internasional sebagai pedoman perusahaan untuk mengungkapkan CSR.

Pelaksanaan CSR perlu dilaporkan agar *stakeholder* mendapatkan informasi mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Pengungkapan CSR atau *social disclosure* merupakan penyampaian informasi kepada *stakeholder* mengenai dampak yang ditimbulkan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan (Sembiring dalam Rahmawati, 2012). Pelaporan atau pengungkapan CSR menjadi hal penting dalam implementasi CSR untuk menginformasikan sekaligus bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* sehingga dapat mengarahkan persepsi mereka dalam meningkatkan reputasi maupun legitimasi perusahaan (Kartini, 2013). Pelaksanaan dan pengungkapan CSR akan memberikan citra positif, apresiasi dan penerimaan dari lingkungan sosial sehingga mendukung eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Suputra (2019); Pramana dan Mustanda (2016) menemukan bahwa CSR memoderasi atau memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian Ratih dan Damayanthi (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan masalah yang dikemukakan tersebut serta adanya perbedaan hasil penelitian-penelitian (*gap research*) sebelumnya, sehingga dipandang perlu dilakukan penelitian kembali untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan melalui judul “Peran Moderasi *Corporate Social Responsibility* pada Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian yaitu sebagai berikut.

- (1) Nilai perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018 mengalami penurunan yang paling signifikan di antara sub sektor yang ada dalam sektor aneka industri.
- (2) Adanya perbedaan hasil penelitian dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Penelitian ini berfokus serta membatasi pada permasalahan mengenai variabel profitabilitas, CSR dan nilai perusahaan. Penelitian ini juga membatasi pada subjek penelitian yaitu pada perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan dari tahun 2017-2018.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan rumusan masalah penelitian yaitu sebagai berikut.

- (1) Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

- (2) Bagaimana peran moderasi CSR pada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah penelitian yang dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (2) Menguji peran moderasi CSR pada hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

- (1) Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat konseptual dan tambahan wawasan serta referensi dalam bidang manajemen keuangan khususnya mengenai pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta peran moderasi variabel CSR terhadap hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

- (2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya dengan topik yang serupa dengan analisis yang lebih mendalam.

Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai informasi, masukan atau pertimbangan bagi pihak manajemen dan pemilik perusahaan atau pemegang saham dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan nilai perusahaan serta mempertahankan eksistensinya khususnya yang berkaitan dengan profitabilitas serta CSR agar keputusan yang diambil dapat sesuai dengan tujuan yang diharapkan perusahaan.

