

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini dapat dikatakan mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan merasakan dampak yang diakibatkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, sebuah perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti investor, pelanggan, dan juga pesaing. Keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum. Perusahaan membutuhkan suatu respon yang positif dari masyarakat yang diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar (Kamil dan Antonius, 2012).

Pada dasarnya suatu perusahaan mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan untuk kemakmuran para pemegang saham dan pemilik entitas. Selain itu perusahaan juga mempunyai tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Didin (2020) Para investor dengan melihat nilai perusahaan dapat mengetahui kinerja perusahaan serta prospek dimasa yang akan datang.

Menurut Puspaningrum (2017) Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya. Dengan meningkatkan nilai perusahaan maka kinerja keuangan perusahaan akan baik dan dapat menarik para calon investor karena para calon investor dalam menanamkan modal di perusahaan menginginkan laba atas penanaman modalnya di perusahaan tersebut. Dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi dapat menguntungkan bagi perusahaan dan para pemegang saham, karena itu perusahaan dan para pemegang saham menginginkan kemakmuran secara maksimal dan jangka panjang (Andi, 2019)

Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan setiap pemilik perusahaan selaku pemegang saham karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemilik perusahaan juga tinggi. Rasio nilai pasar memberi manajemen suatu indikasi tentang apa yang dipikirkan oleh investor tentang kinerja masa lalu serta prospek perusahaan dimasa mendatang. Nilai perusahaan tercermin dari harga pasar per lembar saham perusahaan (Lisa, 2018). Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rasio Tobins' Q karena rasio tersebut dinilai bisa memberikan informasi paling baik, sebab semua unsur hutang dan modal saham perusahaan dimasukkan dalam perhitungan rasio Tobins' Q.

Fenomena terkait nilai perusahaan dikutip dari (investasi.kontan.co.id) diliput oleh Qolbi dan diedit oleh Wahyu pada tanggal 14 April 2020. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, per 3 April 2020, rata-rata nilai transaksi harian saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang 2020 hanya

sebesar Rp 6,96 triliun. Jika dibandingkan dengan rata-rata nilai transaksi harian tahun sebelumnya, yakni per 5 April 2019 yang mencapai Rp 9,67 triliun, maka jumlah tersebut terkoreksi 28 persen. Sementara itu, dengan menggunakan perbandingan waktu yang sama, rata-rata volume transaksi harian di BEI sepanjang 2020 merosot 49 persen menjadi 7,39 miliar unit saham. Padahal, rata-rata volume transaksi harian tahun sebelumnya adalah sebanyak 14,5 miliar saham. Analisis MNC Sekuritas Herditya Wicaksana menambahkan, sektor perdagangan dan aneka industri menorehkan penurunan terdalam karena adanya pandemi virus corona. Virus yang meluas secara global ini menimbulkan dampak sangat besar pada sektor perdagangan dan aneka industri, sebab mengganggu ekspor-impor. Terlebih lagi, industri yang memakai bahan baku impor juga mendapat tekanan dari pelemahan kurs rupiah. Untuk kedepannya, Chris memperkirakan nilai transaksi di BEI akan tetap rendah. Ada kemungkinan tetap rendah karena efek penurunan serta adanya beberapa reksadana yang bermasalah dihentikan oleh OJK.

Pandemi Covid-19 telah mengungkap dan memperburuk beberapa masalah sosial, seperti kemiskinan dan ketidaksetaraan. Masih ada tingkat ketimpangan yang lebih tinggi dalam suatu negara. Hal ini menjadi peluang signifikan bagi perusahaan untuk menerapkan CSR yang lebih memfokuskan dalam upaya mengatasi masalah sosial di bidang ini selama pandemi. Pandemi telah membuka mata masyarakat mengenai perusahaan-perusahaan yang begitu cepat memutuskan hubungan kerja dengan pegawai atau merumahkan mereka tanpa diberi upah dan menurunkan kredibilitas perusahaan. Namun pada saat yang sama, pemerintah dan masyarakat juga melihat perusahaan yang tetap memiliki

itikad baik dan berkontribusi dengan cara masing-masing dan menyebarkan nilai-nilai perusahaan yang lebih bermakna (Laraswati, 2020). Hal ini dikarenakan semakin banyak perusahaan yang menyadari bahwa kelangsungan hidup dan pengembangan jangka panjang mereka bergantung pada pencapaian keseimbangan antara profitabilitas dan harmoni dengan berbagai pemangku kepentingannya (He dan Harris, 2020). CSR dapat diartikan juga sebagai suatu komitmen bisnis untuk turut berkontribusi dalam membangun ekonomi berkelanjutan. Pihak perusahaan bekerja dan berinteraksi positif dengan karyawan, keluarga hingga komunitas yang ada di sekitar perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup bersama. Sehingga, dapat dilihat bahwa dalam pelaksanaan CSR perusahaan berkomitmen untuk mensejahterakan komunitas lokal masyarakat sekitar yang pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan keuntungan semata, melainkan juga berdasarkan harus memperhatikan kondisi sosial dan lingkungannya. Hal inilah yang dapat menjadi peluang bagi perusahaan dalam melaksanakan CSR untuk membuktikan kepada masyarakat luas bahwa mereka bersama-sama dengan masyarakat Indonesia untuk turut berperang dan melawan virus Covid-19 melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan harapan, gerakan yang mereka lakukan dapat membangun hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dengan masyarakat luas dan stakeholder lainnya, sehingga kredibilitas dan nilai positif perusahaan pun dapat meningkat dengan sendirinya di mata masyarakat (Annisya dkk, 2020)

Contoh praktik CSR yang turut berkontribusi dalam memerangi Covid-19 yaitu perusahaan Wings Group. Seperti dikutip dari (*wartaekonomi.co.id*)

ditulis oleh Agus dan diedit oleh Rosmayanti pada tanggal 3 April 2020. Sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya, Wings Group membentuk Yayasan Wings Peduli Kasih untuk mewujudkan misi menjadi perusahaan yang peduli dalam peningkatan kualitas dan standar hidup masyarakat Indonesia. Dalam membantu menanggulangi wabah Covid-19, Wings Group melalui Yayasan Wings Peduli Kasih memberikan bantuan senilai 25 Miliar Rupiah berbentuk 25.000 set alat pelindung diri (APD) dan alat bantu pernapasan (*ventilator*) untuk tenaga medis dan Wings Group juga turut menyumbangkan *hygiene kit* seperti makanan pokok, *detergent*, *hand sanitizer*, *shampoo*, *hand wash*, dan cairan disinfektan. Selain itu juga, Wings Group mendistribusikan 30.000 paket sembako untuk pengemudi ojek online di Jabodetabek sebagai sektor informal yang paling rentan posisinya dalam menghadapi wabah Covid-19. Adapun, bantuan sosial ini merupakan wujud konkrit dukungan Wings Group untuk pemerintah, para pejuang medis dan seluruh masyarakat Indonesia sehingga kiranya dapat membantu meringankan beban dalam menanggulangi wabah Covid-19. Wings Group bekerja sama dengan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), dan sejumlah rumah sakit rujukah, swasta, provinsi, maupun instansi lainnya untuk dapat menyalurkan bantuan secara langsung ke tenaga medis dan masyarakat terdampak yang membutuhkan

Beberapa variabel yang diprediksikan berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu konsep organisasi, baik dari perusahaan yang memiliki wujud tanggung jawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap pemangku kepentingan di antara

lainnya seperti karyawan, konsumen, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan di dalam 3 bentuk aspek operasional perusahaan yang mencakup dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Selain itu juga *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, akan tetapi juga terhadap masalah ekonomi, sosial dan lingkungan terhadap perusahaan agar perusahaan tersebut dapat tumbuh secara berkelanjutan (Yosi, 2019). Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memberikan signal kepada pihak eksternal termasuk investor dalam meningkatkan citra perusahaan yang tercermin dengan peningkatan nilai perusahaan. Hal ini telah diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perusahaan selain bertanggung jawab kepada pemegang saham dan pemilik, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab kepada *stakeholder* diantaranya pelanggan, pegawai, komunitas, pemerintah, *supplier* bahkan *competitor* (Putri, dkk 2016). Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan proksi CSRI (*corporate social responsibility reporting index*). CSRI dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. CSRI diukur dengan 91 item pengungkapan berdasarkan GRI *Generation 4*.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah, dkk (2017) dan Suci (2019) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Sudarma dan Darmayanti (2017), Panggabean (2018), dan Yosi (2019) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain permasalahan mengenai CSR yang telah diuraikan di atas, terdapat dua faktor lain yang juga turut mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total *asset*, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total *asset*. Jika perusahaan memiliki total *asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan *asset* yang ada di perusahaan. Umumnya perusahaan besar memiliki total *asset* dengan nilai *asset* yang cukup besar dan dikenal oleh masyarakat. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam mencari modal melalui para investor, karena ukuran perusahaan merupakan salah satu hal yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi. Mudahnya perusahaan dalam mendapatkan modal akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum (Panggabean, 2018). Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah utang perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2016). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan proksi total *asset* yang ada dalam perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Lisa (2018), Aldo dan Jamaludin (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdullah, dkk (2017), Eka (2017), dan Panggabean (2018) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel selanjutnya yaitu profitabilitas, profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya (Sianturi, 2015). Profitabilitas adalah rasio dari efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Semakin besar profitabilitas maka kinerja perusahaan semakin baik dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih (Wahyuati dan Safitri, 2015).

Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi *return on asset* (ROA) . Rasio ROA membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total *asset* yang dimiliki perusahaan. ROA menggambarkan kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dari sumber daya atau *asset* yang dimiliki perusahaan (Maryam, 2012). Penelitian ini menggunakan rasio ROA untuk mengukur profitabilitas perusahaan manufaktur karena karakteristik perusahaan manufaktur dalam kegiatan operasionalnya menggunakan *asset* berupa mesin pabrikasi sehingga keuntungan perusahaan diperoleh dari *asset* perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan, masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Sudarma dan Darmayanti (2017), Aldo dan Jamaludin (2020) menemukan bahwa hubungan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Eka (2017) menemukan bahwa hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan berbanding lurus jadi semakin tinggi profitabilitas maka semakin meningkat pula nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya

Penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia. BEI merupakan bursa pertama di Indonesia, yang dianggap memiliki data yang lengkap dan telah terorganisasi dengan baik . BEI adalah lembaga yang berperan dalam menyelenggarakan dan menyediakan fasilitas sistem perdagangan efek di pasar modal Indonesia dan juga BEI sebagai *fasilitator dan control* terhadap jalannya perdagangan efek di Indonesia Perusahaan manufaktur dipilih sebagai objek penelitian karena Di antara berbagai macam sektor perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan manufaktur merupakan salah satu sektor perusahaan yang diharapkan mempunyai prospek cerah dimasa yang akan datang. Semakin pesatnya pertumbuhan penduduk dan perkembangan ekonomi di negara Indonesia menjadikan sektor perusahaan manufaktur sebagai lahan paling strategis untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dalam berinvestasi (Kementrian Perindustrian,2018). Perusahaan manufaktur juga sangat terkait dengan lingkungan dan masyarakat (Deriyarso, 2014).

Sampai saat ini masih banyak peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Sesuai dengan fenomena pada penelitian ini terkait adanya masalah sosial di Indonesia akibat pandemi virus covid-19 , maka penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hubungan antar variabel dengan mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh

Yosi (2019). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Yosi (2019) adalah objek penelitian yang dijadikan tempat penelitian, yaitu Yosi (2019) melakukan penelitian yang memfokuskan *Corporate Social Responsibility* di Bank Umum Konvensional *Go Public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian ini memfokuskan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Mengapa perusahaan manufaktur, karena Perusahaan manufaktur sendiri identik dengan pabrik. Perusahaan manufaktur dipilih karena bisnisnya yang secara tidak langsung bisa membawa dampak positif ataupun dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya. Selain itu perbedaan penelitian ini yaitu ingin memperluas penelitian sebelumnya dari Yosi (2019) tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Konvensional *Go Public* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan mengganti variabel bebas (X2) yaitu *Good Corporate Governance* dengan Ukuran Perusahaan, karena variabel *Good Corporate Governance* pada penelitian Yosi (2019) mengacu pada objek penelitian yaitu perusahaan pada bank umum konvensional *go public* yang terdaftar di bursa efek Indonesia, sedangkan pada penelitian ini objek penelitian ini mengacu pada seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia sehingga peneliti lebih menekankan pada variabel ukuran perusahaan untuk mengukur total asset yang dimiliki perusahaan, karena total asset dapat mencerminkan nilai perusahaan. Peneliti juga menambahkan variabel bebas (X3) yaitu Profitabilitas, karena Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor

untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan, tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Bayu dan Panji, 2015).

Berdasarkan latar belakang data diatas dan perbedaan hasil dari research gap penelitian – penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik ingin mengadakan dan menguji kembali penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2020**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Harga saham industri manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19 sehingga berdampak pada nilai perusahaan

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, pembatasan penelitian ini sangat perlu dilakukan, agar peneliti dapat terfokus pada masalah dan tujuan penelitian. Maka peneliti membatasi variabel penelitian yang hanya terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. *Corporate social responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas sebagai variabel bebas dan Nilai Perusahaan sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai sumbangsih pemikiran dan pengembangan ilmu akuntansi khususnya yang terkait dengan nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangsih bagi penelitian sejenis

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menambah wawasan penulis mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaan di mata calon investor di bursa saham

3. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Nilai Perusahaan.