

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Industri di Indonesia belakangan ini semakin berkembang, hal tersebut ditunjukkan dengan semakin banyak dan meningkatnya perusahaan-perusahaan yang ada. Karena meningkat dan semakin banyak perusahaan yang ada di industri maka hal tersebut memicu tingginya persaingan antar perusahaan yang ada terutama perusahaan yang menjual sahamnya dibursa efek. Perusahaan yang menjual sahamnya dibursa efek disebut juga sebagai perusahaan *go public*, mereka saling bersaing untuk mendapatkan investor yang akan berinvestasi ke perusahaannya. Kemudian, para investor akan mempertimbangkan apakah akan berinvestasi atau tidak dengan melihat besarnya nilai dari perusahaan yang tercermin dari tingginya nilai harga pasar saham yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*.

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahaan yang bisa dilihat melalui harga jual saham dipasar. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula kemakmuran yang didapat pemegang saham. Menurut Harmono (2009) tujuan manajemen keuangan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan para pemegang saham, yang berarti meningkatkan nilai perusahaan yang merupakan ukuran nilai objektif oleh publik dan orientasi pada kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan

yang telah *go public* semaksimal mungkin berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan cara memaksimalkan laba perusahaan.

Informasi mengenai nilai perusahaan sangat dibutuhkan oleh investor lama dan calon investor, karena nilai perusahaan digunakan investor untuk memprediksi kondisi perusahaan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu sebelum memutuskan untuk *buy*, *sale* atau *hold* investor perlu melihat dan menganalisis nilai perusahaan atau membandingkan nilai perusahaan dari beberapa perusahaan untuk mengambil keputusan manakah yang akan memberikan keuntungan paling besar ketika berinvestasi.

Perusahaan banyak memberikan manfaat positif terhadap ekonomi namun banyak perusahaan yang mendapat kritik karena menimbulkan masalah sosial karena proses operasi perusahaannya seperti sering kita lihat limbah, polusi udara, keselamatan kinerja dan penyusutan sumber daya. Oleh karena segala aktivitas operasi perusahaan akan memberikan dampak pada lingkungan serta kondisi sosial masyarakat sekitar maka, perusahaan harus memperhatikan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat.

Belakangan ini pemerintah terus mendorong peningkatan kesadaran perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia dalam melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bertujuan untuk mengurangi kemiskinan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan. Hal ini sesuai dengan dasar hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia yang tertuang

dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Diatur dalam Pasal 74 ayat 1 menyebutkan bahwa, "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan".

CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan dimata masyarakat dan investor menjadi lebih baik. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk lebih memperbaiki sistem CSR yang terbuka, transparan dan akuntabel terhadap masyarakat, investor dan pemerintah. Supaya program yang telah dilakukan dan laporan tentang CSR yang telah dibuat perusahaan bisa lebih dipercaya, hal itu juga akan berpengaruh pada citra perusahaan itu sendiri.

Investor akan memilih perusahaan yang memiliki citra baik dimata masyarakat atau konsumen karena hal tersebut bisa menumbuhkan loyalitas konsumen yang tinggi kepada perusahaan yang akan memberikan dampak pada penjualan perusahaan akan tinggi dan profitabilitas juga meningkat. Hackston dan Milne (1999) menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai tanggungjawab sosial, karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan.

Gagasan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan sekedar kegiatan ekonomi, yaitu menciptakan laba demi kelangsungan usaha, melainkan juga tanggung jawab sosial dan

lingkungannya. Dasar pemikirannya adalah menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (Yuliana et.al, 2008).

Penelitian sebelumnya menunjukkan ketidak konsistenan hasil mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian Adnantara (2013) menunjukkan hasil berpengaruh positif, sedangkan dalam penelitian Agustine (2014) menunjukkan hasil berpengaruh negatif.

Penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan untuk mengatasi hasil ketidak konsistenan dan menjawab saran dari penelitian-penelitian yang sebelumnya. Penelitian ini menggabungkan penelitian dari Adnantara (2013) dan Permanasari (2010) yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2014) dan Regina Yosef Windu Kusuma dan Juniarti (2016) memberikan hasil penelitian bahwa CSR tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependennya yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel independennya yaitu *corporate social responsibility*.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. (Pantow 2015). Jika pertumbuhan perusahaan terus mengalami kenaikan, maka akan mencerminkan bahwa nilai yang dimiliki perusahaan semakin besar. Pertumbuhan aset juga

digunakan investor, pemilik perusahaan, kreditor dan pihak lain yang berkepentingan untuk digunakan memprediksi keuntungan yang akan mereka dapat jika melakukan investasi pada perusahaan tersebut atau melihat prospek perusahaan.

Pada tahun 2017 lalu Investasi pada sektor property masih melambat bahkan tidak bergerak hal itu ditunjukkan dengan daya belinya rendah yang disebabkan oleh lemahnya kemampuan daya beli masyarakat. Kondisi ini menyebabkan banyak investor yang menjual atau melepas sahamnya di sektor property dan memilih untuk menginvestasikan sahamnya di sektor lain yang lebih memberikan keuntungan. Maka dari itu perusahaan perlu untuk menjaga atau bahkan meningkatkan pertumbuhannya untuk tetap memberikan daya tarik kepada investor lama agar tetap menahan sahamnya dan supaya investor baru tertarik untuk membeli saham dan melakukan investasi di perusahaan tersebut.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Mawar Sharon R. Pantow, Sri Murni, Irvan Trang tahun 2015 yang meneliti mengenai *"Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks Lq 45"* memperlihatkan hasil pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian dari Anisa Febriani tahun 2016 *"Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014"* menunjukkan hasil yaitu pertumbuhan perusahaan berpengaruh

positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Dividen adalah keuntungan yang diperoleh perusahaan yang kemudian dibagikan kepada para pemegang saham. Pembagian dividen dilakukan setelah ada persetujuan dari semua pemegang saham dalam RUPS. Pemegang saham atau pemodal yang berhak mendapat dividen yaitu pemodal yang menanamkan sahamnya dalam kurun waktu yang relatif lama yaitu sampai kepemilikan saham berada dalam periode diakuinya sebagai pemegang saham yang berhak mendapat dividen (Sulindawati.dkk, 2017).

Kebijakan dividen merupakan bentuk tindakan atau kebijakan yang dilakukan perusahaan untuk menetapkan seberapa besar laba yang didapat perusahaan yang akan dibayarkan ke pemegang saham sesuai dengan proporsi saham yang dimiliki dan juga untuk digunakan perusahaan melakukan pengembangan yang akan dilakukan kedepannya.

Keputusan dividen merupakan keputusan perusahaan mengenai penggunaan laba yang diperoleh. Perusahaan biasanya mendistribusikan laba bersih yang dipeolehnya untuk beberapa hal diantaranya untuk dibagikan ke pada pemegang sahamnya atau dalam laba ditahan yang nantinya akan digunakan untuk membiayai investasi atau pengembangan yang akan dilakukan perusahaan dimasa depan. Dividen yang dibagikan dapat berupa dividen tunai yang umumnya dibagikan secara reguler, triwulanan, semesteran atau tahunan. Di sisi lain, *stock dividend* dapat mengakibatkan jumlah lembar saham bertambah dan umumnya akan menurunkan harga per lembar saham (Purnamasari.dkk, 2009)

Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah perusahaan yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan perusahaan property dan real estate disebabkan karena perusahaan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah polusi, limbah, dan tenaga kerja dibandingkan perusahaan lainnya. Tidak hanya itu perusahaan property dan real estate merupakan perusahaan besar dimana investor pasti akan menanamkan saham dalam jumlah yang besar juga, sehingga investor akan mengharapkan mereka mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya, oleh karena itu dalam penentuan keputusan investasinya memerlukan banyak pertimbangan salah satunya dengan melihat nilai perusahaannya yang tercermin dari harga pasar sahamnya.

Berdasarkan kelemahan dalam penelitian-penelitian sebelumnya maka penelitian dalam skripsi ini akan dikembangkan dengan menambah variabel kebijakan dividen dan akan memperpanjang periode penelitian menjadi tahun 2015-2017. Alasan meneliti kembali penelitian ini disebabkan karena masih terdapat perbedaan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya. Selain itu, berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu belum banyak yang melakukan penelitian yang berfokus pada pengaruh CSR untuk perusahaan sektor property dan real estate. Dengan latar belakang diatas maka peneliti akan mengambil judul : **“Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility, Kebijakan Dividen Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Property Dan Real estate (Studi Kasus Pada Perusahaan Jasa Property Dan Real estate Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2017)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah variabel kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
2. Menganalisis dan menguji pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Investor

Hasil penelitian diharapkan bisa membantu investor dalam menentukan investasi yang paling menguntungkan untuk membuat

keputusan *buy, sale atau hold* terkait investasinya yang akan dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## 2. Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan manajemen perusahaan mampu meningkatkan faktor-faktor yang menjadi berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga mereka dapat memaksimalkan nilai perusahaannya. Dan mampu membantu manajemen untuk pengambilan keputusan sehubungan dengan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan

## 3. Bagi Pihak Akademisi

Manfaat bagi pihak akademisi diharapkan dapat digunakan untuk bahan referensi dan pertimbangan untuk digunakan dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

## 4. Bagi Penulis

Manfaat dari penelitian yang dilakukan bagi penulis yaitu sebagai sarana mengembangkan kemampuan dan menambah pengetahuan dalam penerapan teori yang sudah diperoleh selama menempuh pendidikan dan mendapat pengetahuan tentang pengaruh penerapan corporate social responsibility dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab. Susunan pembahasan yang akan ditulis adalah sebagai berikut:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II. KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang kajian-kajian teori yang berisi mengenai corporate social responsibility, teori legitimasi, pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen dan nilai perusahaan, penelitian terdahulu atau penelitian sebelumnya dan hipotesis penelitian serta kerangka pemikiran

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Dalam bab ini akan dijabarkan populasi dan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel penelitian, serta metode analisis data yang digunakan.

### **BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, analisis regresi berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji statistik T, hasil analisis statistik serta pembahasan mengenai hasil statistik tersebut dan pengujian hipotesis.

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil analisa pada bab sebelumnya. Pada bab ini juga berisi tentang keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya maupun bagi pihak yang berkepentingan.

