

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum, salah satu tujuan utama perusahaan yaitu ingin bahwa perusahaannya dapat mempunyai kelangsungan hidup usaha untuk jangka yang panjang. Dimana kelangsungan hidup usaha sangat dikaitkan erat dengan bagaimana agar manajemen dapat mempunyai strategi dalam mengelola perusahaannya dengan baik. Adanya manajemen keuangan perusahaan yang baik menjadi salah satunya. Memiliki manajemen keuangan yang baik tidak hanya digunakan sebagai kegiatan untuk memperoleh dana saja, tetapi juga bagaimana perusahaan dapat mengelola dana dan juga aset-aset yang dimiliki perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Salah satu parameter penting yang dapat digunakan untuk melihat kinerja pada sebuah perusahaan itu baik atau tidak adalah laba atau profit. Dengan adanya informasi tentang laba ini, dapat digunakan untuk memperkirakan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga profitabilitas biasanya menjadi perhatian utama yang dilihat untuk melihat kinerja atau pertanggungjawaban manajemen dalam mengelola labanya. Profitabilitas merupakan bagaimana kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba sesuai dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Hal tersebut yang akan mempengaruhi kebijakan dari para investor atas

investasi yang nantinya akan dilakukan dan akan dapat mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan di mata investor (Husnan dan Pudjiastuti, 2015).

Sumber dana yang dimiliki perusahaan dapat berasal dari sumber dana internal dan eksternal. Sumber dana yang berasal dari internal perusahaan dapat berupa laba ditahan, sedangkan sumber dana yang berasal dari eksternal perusahaan salah satunya dapat berupa pinjaman atau hutang (*leverage*). Baik atau buruknya nilai perusahaan juga dapat dilihat dari bagaimana perusahaan dalam mengelola asetnya. Dimana perusahaan pasti membutuhkan dana maupun modal yang besar untuk dapat melakukan seluruh aktivitas operasional perusahaannya. Oleh karena itu, perusahaan dapat menggunakan aset yang berasal dari dana pinjaman, dimana hal tersebut juga dilakukan dengan tujuan agar dapat memberikan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, sehingga tingkat *return* bagi pemegang saham pun akan semakin meningkat dan dapat sesuai dengan yang diharapkan (Sartono, 2015).

Setiap perusahaan akan berorientasi dalam memaksimalkan keuntungannya dengan mendapatkan penghasilan sebanyak-banyaknya demi kepentingan pemegang saham. Tetapi, kepentingan yang dituju tentunya tidak hanya untuk pemegang saham, tetapi berlaku untuk karyawan, rekan, konsumen, masyarakat maupun pemerintah. Karena, aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut akan menghasilkan dampak terhadap lingkungan internal dan eksternal.

Saat ini, perusahaan dituntut untuk mengelola dampak dari perusahaan tersebut yang akan memungkinkan terbentuknya pembangunan yang berkelanjutan. Pada hal ini, dapat terlihat bahwa peran dari perusahaan bukan hanya untuk mencari dan memaksimalkan keuntungan saja, tetapi juga bagaimana dapat memaksimalkan utilitas.

Oleh karena itu, sebuah perusahaan tidak hanya bertanggungjawab mengenai ekonomi dan hukum saja, tetapi juga bertanggungjawab secara sosial kepada masyarakatnya. Perusahaan perlu mempunyai pangan yang luas terkait dengan dengan melayani secara global. Yaitu dapat dilakukan dengan memberikan nilai-nilai yang dapat bertanggungjawab secara keseluruhan, baik itu untuk kelestarian alam maupun untuk keadilan sosial sehingga dapat mewariskannya pada generasi yang akan datang (Fajar, 2010).

Perusahaan memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melakukan tindakan yang sesuai dengan tujuan serta nilai-nilai masyarakat. Pendapatnya tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan dalam konsep *Corporate Social Responsibility*. Definisinya tersebut selanjutnya diperbarui bahwa CSR merupakan suatu pengambilan keputusan dan juga tindakan yang diambil dengan adanya alasan tertentu atau setidaknya sebagian guna untuk kepentingan ekonomi dan juga teknis langsung perusahaan. Tetapi pada umumnya, CSR memang selalu dikaitkan dengan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, penghargaan untuk masyarakat dan lingkungannya, serta mengenai pembangunan yang berkelanjutan (Mardikanto, 2014).

Sedangkan pada konteks secara global, *Corporate Social Responsibility* mulai digunakan pada tahun 1970-an. CSR semakin dikenal setelah adanya buku '*Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business (1998)*' yang ditulis oleh John Elkington. Dimana ia menjelaskan ada tiga komponen utama untuk *sustainable development*, yaitu *environmental protection*, *economy growth*, dan *social equity*. Hal ini digagas oleh *The World Commission on Environment and Development (WCED)* dalam *Brundtland Report*. Elkington memfokuskan CSR kedalam tiga bagian, yaitu *profit, planet, and people*. Ia menjelaskan bahwa perusahaan akan berjalan dengan baik apabila perusahaan tersebut mempunyai tujuan yang tidak hanya untuk mencari keuntungan saja, tetapi perusahaan yang memang mempunyai kepedulian pada kelestarian lingkungan serta memikirkan kesejahteraan masyarakatnya (Fajar, 2010)

Di Indonesia, CSR semakin dikenal ketika adanya UU yang sudah disahkan dan diatur secara tegas, yaitu ada dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Hal ini dilatarbelakangi oleh Undang-Undang Dasar 1945 terkait dengan perekonomian nasional dan juga kesejahteraan sosial yang harus diatur oleh negara guna untuk kemakmuran rakyat.

Selain dapat dilihat dari segi dasar hukum dalam pelaksanaannya, CSR di Indonesia masih harus dipisahkan secara konseptual yaitu antara pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan besar dengan pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan kecil dan menengah. Karena terdapat

beberapa anggapan yang keliru bahwa pelaksanaan hanya diperuntukkan untuk perusahaan besar saja. Padahal, tidak hanya perusahaan besar yang memberikan dampak positif maupun negatif terhadap masyarakat maupun lingkungannya melainkan perusahaan kecil dan menengah pun dapat memberikan dampak yang sama (Solihin, 2015).

Oleh sebab itu, tidak dapat dipungkiri bahwa CSR memiliki peranan penting bagi perusahaan dalam mengelola proses bisnisnya untuk menghasilkan dampak yang positif bagi masyarakat. Perusahaan akan mendapatkan peluang penghargaan, memperbaiki hubungan dengan regulator, mereduksi biaya, mempertahankan reputasi dan citra merek dari perusahaan, dan dapat melebarkan akses sumber dayanya bagi operasi sosial. Selain itu, peranan CSR yang ada pada masyarakat agar dapat mengembangkan diri sehingga tujuan ataupun target yang dituju pun dapat tercapai dan memberikan kesejahteraan. Sedangkan menurut studi bank dunia (Howard Fox) menjelaskan bahwa peran pemerintah terkait dengan CSR yaitu adanya pengembangan kebijakan yang dapat menyehatkan pasar, dukungan politik bagi para pelaku CSR, dapat menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan dari organisasi (Mardikanto, 2014).

Perusahaan memang memiliki tanggung jawab secara ekonomi dengan para pemegang saham yaitu dalam bentuk pengelolaan perusahaan yang menghasilkan laba. Dimana pemegang saham juga tentunya mengutamakan agar dapat memaksimalkan laba, karena hal tersebut yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berkaitan dengan hal tersebut, itu berarti

manajemen perusahaan harus dapat menjaga hubungan baik dengan penyedia sumber daya perusahaan, yang tidak hanya di internal perusahaan saja tetapi juga dengan pihak eksternal perusahaan. Karena adanya hubungan yang baik dengan para penyedia sumber daya tersebut akan mempengaruhi maksimalisasi laba perusahaan dan dapat membuat nilai perusahaan akan semakin meningkat (Solihin, 2015).

Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat tumbuh secara *sustainable* ketika perusahaan dapat memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidupnya. Yang mana dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan maupun masyarakat yang dapat dilakukan pada berbagai kegiatan untuk dapat melestarikan lingkungan dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat serta untuk proses pembangunan ekonomi jangka panjang.

Berdasarkan data riset yang dilansir dalam *website www.cnnindonesia.com* pada tahun 2016, menunjukkan bahwa kualitas CSR di Indonesia ini masih rendah. Riset dari *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* melakukan studi pada 100 perusahaan di empat negara, yaitu Indonesia, Singapura, Thailand, dan Malaysia. Dimana pada riset tersebut menunjukkan bahwa negara Indonesia masih mempunyai kualitas CSR yang masih rendah jika dibandingkan dengan negara Singapura dan Thailand. Hal ini disebabkan

karena masih rendahnya perusahaan dalam memahami praktik CSR, yang membuat kualitas dari pengoperasiannya tersebut menjadi rendah.

Direktur *CGIO National University of Singapore Business School* Lawrence Loh, mengatakan bahwa empat negara sampel tersebut memiliki tingkat pelaporan CSR yang tinggi, namun hal tersebut bukan berarti kualitas dari praktik CSR-nya pun tinggi. *NUS* memaparkan bahwa Thailand menjadi negara yang memiliki kualitas implementasi CSR yang paling tinggi, dengan nilai 56,8 dari 100. Sementara itu, Singapura, Indonesia, dan Malaysia mendapatkan nilai masing-masing 48,8, 48,4 dan 47,7. Hasil dari studi riset tersebut dipublikasikan dalam acara *Conference on Corporate Governance and Responsibility: Theory Meets Practice*, yang digelar oleh *NUS* dan *ASEAN CSR Network (ACN)*. Konferensi tersebut memang ditujukan untuk menghubungkan berbagai pemangku kepentingan untuk pembangunan berkelanjutan (Suastha, 2016).

Beberapa penelitian lain mengenai pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dan tentang *Corporate Social Responsibility* juga telah banyak dilakukan. Sebagian besar, penelitian banyak menjelaskan terkait dengan pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan. Dari beberapa penelitian terdahulu, terdapat hasil yang berbeda-beda.

Hasil dari dua penelitian yang ditulis oleh Bhernadha, Topowijono, dan Azizah (2017) dan Gantino (2016) menunjukkan bahwa CSR mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap ROA. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan

dalam laporan tahunan perusahaan akan semakin meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Berbeda dengan dua penelitian lain yang terkait dengan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja keuangan yang ditulis oleh Mustafa dan Nurhandayani (2014) dengan penelitian Parengkuan (2017), menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA. Ini disebabkan karena adanya pengaruh langsung CSR terhadap nilai perusahaan yang lebih besar daripada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja keuangan (ROA) perusahaan.

Pada penelitian yang ditulis oleh Ayu dan Suarjaya (2017) membuktikan bahwa Profitabilitas yang di proksi menggunakan ROA memberikan hasil yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang di proksi menggunakan PBV. hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas yang semakin tinggi pada suatu perusahaan, akan membuat nilai perusahaan juga semakin meningkat. Selain itu, dalam penelitiannya juga memberikan hasil bahwa CSR dapat memediasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, CSR dapat memediasi secara tidak langsung pada hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tetapi tanpa adanya variabel CSR sebagai variabel mediator, profitabilitas sudah memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian tersebut didukung oleh penelitian lainnya yaitu pada penelitian yang ditulis oleh Mufidah dan Purnamasari (2018). Dimana pada hasil penelitiannya membuktikan bahwa profitabilitas yang di proksi

menggunakan ROA dan ROE memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang juga di proksi oleh PBV. Naiknya nilai profitabilitas pada perusahaan BUMN menjadi daya tarik bagi investor, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi menguntungkan sehingga nilai perusahaan akan menjadi tinggi.

Berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya, pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel CSR sebagai variabel moderasi tidak dapat mempengaruhi hubungan ROA terhadap PBV. Hal ini disebabkan karena adanya peraturan UU bahwa pada perusahaan BUMN harus melaksanakan dan mengungkapkan CSR, jadi investor sudah tidak perlu lagi untuk melihat bagaimana pengungkapan CSR pada perusahaan tersebut. Tetapi pada penelitian ini, CSR dapat mempengaruhi hubungan ROE terhadap nilai perusahaan yang di proksi menggunakan PBV. Hal tersebut disebabkan karena investor selain melihat tingkat profitabilitas, perusahaan juga akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakatnya bahwa perusahaan tidak hanya fokus kepada keuntungan saja tetapi juga memperhatikan dampak pada lingkungannya.

Penelitian selanjutnya ditulis oleh Munawaroh dan Priyadi (2014) terkait dengan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Arah yang negatif tersebut mengartikan bahwa ketika *earning power*nya semakin rendah, akan menyebabkan perputaran aset yang tidak efisien dan membuat

pendapatan yang semakin rendah pula. Hal ini dapat membuat nilai perusahaan menurun

Menurut hasil penelitiannya, variabel CSR juga tidak mampu mempengaruhi hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak merespon atas pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Adanya ketidakkonsistenan hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, bahwa terdapat berbagai hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa ROA mempunyai pengaruh positif dan negatif terhadap nilai perusahaan.

Hal ini sesuai pada penelitian yang ditulis oleh Hermawan dan Maf'ulah (2014), terkait dengan pengaruh kinerja keuangan dengan menggunakan variabel ROA terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitiannya memberikan hasil bahwa variabel ROA tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya faktor lain yang dapat memengaruhi hubungan kinerja keuangan maupun profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tetapi pada penelitian ini memperlihatkan bahwa pada pengaruh CSR dapat memoderasi hubungan antara kinerja keuangan (antara variabel ROA dan alokasi biaya CSR) dengan nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan. Adanya CSR diperlukan agar dapat meningkatkan reputasi perusahaan yang nantinya dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Adapun penelitian terkait dengan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan yang ditulis oleh Hasibuan, Dzulkirom dan Endang (2016) yang diproksi menggunakan DER dan Tobin's Q menunjukkan bahwa nilai negatif yang dihasilkan dari hasil uji parsial dapat dijelaskan saat nilai DER tinggi, nilai perusahaan turun sehingga investor kurang percaya dan tidak berani mengambil risiko besar yang bisa merugikan mereka.

Sedangkan menurut penelitian yang ditulis oleh Pratama dan Wiksuana (2016) memberikan hasil bahwa DER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang di proksi menggunakan PBV. nilai pada koefisien regresi yang positif mengartikan bahwa ketika nilai DER pada perusahaan semakin tinggi, maka PBV pun akan meningkat. Tingginya perusahaan yang menggunakan sumber dana yang berasal dari utang, akan membuat nilai pada perusahaan semakin meningkat.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang ditulis oleh Linawaty dan Ekadjaja (2017) yang menunjukkan bahwa *leverage* yang di proksi dengan menggunakan DER memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap PBV. Hasil yang ada pada penelitian ini mengartikan bahwa *leverage* yang ada di dalam suatu perusahaan digunakan sebagai salah satu pertimbangan yang akan dilihat oleh investor untuk melakukan investasi. Semakin tingginya *leverage* yang ada pada suatu perusahaan dapat diartikan sebagai hal yang positif untuk melakukan investasi di masa yang akan datang agar mendapatkan pendapatan yang semakin tinggi.

Selain itu penelitian yang ditulis oleh Wulandari dan Wiksuana (2017), terkait tentang peran CSR dalam memoderasi pada pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, dimana variabel CSR sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berbeda dengan penelitian yang ditulis oleh Tiffani (2017), yang penelitiannya memberikan hasil bahwa CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan investor lebih berfokus pada tingkat *leverage* perusahaan. Investor di Indonesia cenderung lebih tertarik pada *capital gain* harian saham yang merupakan keuntungan jangka pendek sedangkan kegiatan CSR dimaksudkan untuk investasi jangka panjang sehingga dampak penerapan CSR belum dapat dirasakan.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut, masih terdapat ketidakkonsistenan antara satu penelitian dengan penelitian yang lain. Pengukuran variabel dan alat analisis yang digunakan juga memungkinkan dapat berpengaruh pada hasil akhir. Sehingga hasil dari penelitian yang di dapat memiliki kesimpulan yang berbeda.

Untuk itu, saya tertarik melakukan penelitian terkait mengidentifikasi pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi. Karena, secara teoritis CSR merupakan hal yang cukup penting dalam memberikan kontribusi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel yang digunakan yaitu *leverage*, dimana pada penelitian sebelumnya tidak banyak yang menggunakan variabel tersebut terkait dengan judul yang akan diteliti, periode yang digunakan dalam penelitian, serta pengaruh dari teori yang dipakai pada penelitian ini terhadap penerapan CSR dalam memoderasi profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *leverage* dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi bagi investor dalam mempertimbangkan pengungkapan CSR untuk keputusan investasi dan memberikan informasi dan gambaran analisis bagi *inside and outside stakeholders* terkait dengan pengaruh *corporate social responsibility* pada hubungan profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

2. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah serta dapat menjadi pertimbangan referensi yang digunakan sebagai sumber informasi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya terkait dengan tema *corporate social responsibility*.