

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini perkembangan yang terjadi di dunia, salah satunya perekonomian di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dengan adanya perkembangan ekonomi ini mengakibatkan munculnya harapan dalam masyarakat untuk mendapatkan kesejahteraan yang lebih baik lagi. Maka dari itu untuk saat ini masyarakat berkeinginan untuk menginvestasikan sejumlah dananya dalam bentuk saham, deposito atau dalam bentuk yang lainnya. Karena jika sejumlah dananya digunakan untuk berinvestasi, masyarakat memiliki harapan bahwa dana yang diinvestasikan akan kembali di masa yang akan datang.

Di Indonesia ada banyak sekali perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari 3 sektor yaitu sector industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang memiliki jumlah emiten yang sangat besar daripada jumlah emiten lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ). Banyaknya perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ini akan menciptakan persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur. Dengan adanya persaingan antar perusahaan manufaktur membuat perusahaan berkeinginan untuk meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tetap tercapai dengan baik. Perusahaan-perusahaan manufaktur tersebut memiliki

harga saham yang fluktuatif. Sehingga para investor memilih untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan manufaktur tersebut (Ita, 2017).

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki tujuan pada waktu jangka panjang yang harus dicapai yaitu peningkatan nilai perusahaan. Jika kita ingin tahu perusahaan tersebut mengalami penurunan atau peningkatan nilai perusahaan, maka dapat dilihat dari harga sahamnya, karena para investor menilai perusahaan dari pergerakan harga saham yang ditransaksikan bursa efek untuk perusahaan *go public*. Dalam setiap proses peningkatan nilai perusahaan pasti akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham yang biasanya disebut dengan *agency problem*. Namun kalau kita lihat jarang sekali pihak manajer perusahaan memiliki tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan, bahkan sering kali manajer mengabaikan kepentingan pemegang saham. Dengan adanya perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham maka akan mengakibatkan timbul konflik. Timbulnya konflik antara manajer dan pemegang saham disebabkan oleh manajer yang mengutamakan kepentingan pribadinya, sedangkan disisi lain pemegang saham tidak menyukai apa yang dilakukan oleh pihak manajer. Karena apa yang dilakukan oleh pihak manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan dan akhirnya menyebabkan penyusutan pada keuntungan perusahaan yang akan berpengaruh terhadap harga saham sehingga akan menurunkan nilai perusahaan, maka dari itu seorang pemegang saham tidak menyukai apa yang dilakukan oleh seorang manajer tersebut. (Lais, 2015)

Di sisi lain perusahaan juga banyak memberikan keuntungan untuk masyarakat yaitu perusahaan menyediakan barang konsumsi, memberikan kesempatan kerja, memberikan sumbangan, jasa, dan membayar pajak. Namun kalau dilihat dari sisi lain dengan adanya perusahaan juga menyebabkan banyaknya persoalan sosial dan lingkungan sebagai berikut pencemaran lingkungan, polusi udara, keracunan, kebisingan, dan diskriminasi (Fajar, 2013). Oleh sebab itu, dengan adanya perusahaan manufaktur tentu memberikan dampak pada lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Jika perusahaan ingin meningkatkan daya saing usahanya, maka perusahaan mulai saat ini harus menerapkan tanggungjawab perusahaan.pada lingkungan, hal tersebut yang sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Adapun fenomena yang terjadi saat ini banyak perusahaan baru yang mengalami perkembangan, namun seiring dengan perkembangan tersebut ekosistem lingkungan mulai mengalami ketidakstabilan, seperti yang sering terdengar belakangan ini salah satu bukti nyatanya adalah kondisi *global warning*. Pada dasarnya, sekarang ini tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) bukan lagi merupakan pilihan namun lebih dapat dikatakan sebagai sebuah kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk menjaga keseimbangan alam (Ita, 2017). CSR adalah tanggungjawab yang diberikan oleh perusahaan kepada stakeholder yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan baik di dalam maupun diluar perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan lebih baik dalam melaksanakan usahanya dan agar tidak menyebabkan dampak buruk pada

lingkungan sekitar. Maka dari itu dengan adanya CSR perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dengan *shareholder*, namun perusahaan juga harus bertanggungjawab pada stakeholder. Para *stakeholder* yang dimaksudkan yaitu pemegang saham, karyawan, distributor dan konsumen. Namun pada saat ini CSR yang dilakukan perusahaan tidak lagi bersifat sukarela, melainkan diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 ayat 1 mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan yang bunyinya sebagai berikut : “ Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan ” (UU PT. 2007). Maka dengan adanya peraturan Undang-Undang ini perusahaan harus melaksanakan tanggungjawab sosialnya pada lingkungan sekitar, terutama perusahaan Perseroan Terbatas atau perusahaan yang memiliki kaitannya dengan sumber daya alam.

CSR memiliki hubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, perusahaan melaksanakan aktivitasnya harus berdasarkan keputusannya bukan semata-mata yang didasarkan pada dampak dalam aspek ekonomi, misalnya pada tingkat keuntungan atau deviden. Namun perusahaan juga harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang akan timbul dari keputusannya tersebut, baik dalam jangka pendek atau jangka panjang. Jadi dari hal tersebut CSR memiliki kontribusi pada perusahaan yaitu pada tujuan pembangunan berkelanjutan yang dapat dilakukan dengan cara manajemen dampak, yang dimaksud adalah meminimalkan dampak negative dan

memaksimalkan dampak positif kepada seluruh pemangku kepentingan (Lais, 2015)

Menurut Daniri dalam Riswari dan Cahyonowati ( 2012 ) pada konsep CSR tidak lagi hanya dihadapkan dengan tanggungjawab yang berpijak pada *Single Bottom Line* (SBL) atau nilai perusahaan yang dilihat dari segi keuangan saja. Namun tanggungjawab perusahaan harus berpijak pada *Triple Bottom Line* yaitu keuangan, sosial dan lingkungan. Dari hal tersebut, tanggungjawab tidak cukup dilihat dari segi keuangan saja, karena tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan melainkan dari konsep 3P.

Terdapat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahyuning Ambar Setianingrum (2015) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena hal tersebut dilihat dari beberapa fenomena yang terjadi sebagai berikut : kecenderungan investor dalam membeli saham, masih rendahnya pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur tahun 2011-2013, variabel CSR tidak bisa diukur secara langsung dan beberapa perusahaan manufaktur tahun 2011-2013 tergolong dari perusahaan impresif. Namun dari penelitian lain memiliki hasil yang berbeda yang di kemukakan oleh Aprilia Wulandari (2019) menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis 3 membuktikan kalau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diteliti melalui GRI G4 dengan 91 Indikator berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diprosikan Tobin's Q dikarenakan hasil P-value yang signifikan yaitu sebesar  $0,039 < 0,05$ .

Adapun faktor lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu *Profitabilitas* dan *leverage*. *Teori trade off* menjelaskan bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan pendanaan menggunakan hutang maka semakin besar pula risiko mereka untuk mengalami kesulitan keuangan karena membayar bunga tetap yang terlalu besar bagi para *debtholders* setiap tahunnya dengan kondisi laba bersih yang belum pasti (Brigham dan Houston, 2015). Namun dewasa ini, banyak perusahaan yang mengabaikan teori tersebut bahkan memilih untuk memperbesar proporsi hutang sebagai alternatif agar bisa terus berkembang. Besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* sebagai penaksir risiko yang ada pada suatu perusahaan. Maka dalam hal ini *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar juga. Meningkatnya nilai perusahaan dikarenakan penggunaan hutang yang terlalu tinggi, maka dari itu *leverage* harus dikelola dengan baik. Untuk mengukur *leverage* dapat menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), karena rasio ini digunakan untuk mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan (Novari dan Lestari, 2016).

Pemenuhan sumber dana melalui utang (pinjaman) akan mempengaruhi tingkat *leverage* perusahaan, karena *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan utang. Menurut Van Horne (1997) *Financial Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetap, sehingga keuntungan pemegang saham

bertambah. *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi (Agnes, 2004). *Leverage* juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan (Singapurwoko, 2011). Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar (Nor, 2012). Kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak yang negatif pada nilai perusahaan (Ogolmagai, 2013).

Riyanto (2008), menyatakan bahwa penggunaan utang yang terlalu besar melebihi aktiva akan berdampak pada penurunan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, namun apabila utang dapat dikelola dengan baik dan digunakan untuk proyek investasi yang produktif, hal tersebut dapat memberikan pengaruh positif yang berdampak pada peningkatan profitabilitas. Namun apabila perusahaan melakukan pinjaman berbunga tinggi, maka beban bunga perusahaan juga tinggi dan perusahaan dapat dikatakan kurang efisien dalam operasinya (Van Horne dan Machowicz, 2009). Untuk mengukur *leverage* perusahaan dapat digunakan rasio antara total utang dengan total aktiva. Dengan rasio ini kita dapat menilai sejauh mana perusahaan menggunakan uang yang dipinjam. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi berarti perusahaan melakukan pendanaan tinggi yang bersumber dari

utang. Karena adanya risiko gagal bayar, biaya yang harus dikeluarkan perusahaan juga semakin besar. Hal ini bisa menyebabkan profitabilitas perusahaan rendah.

*Profitabilitas* adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Amirya dan Atmini, 2007) dalam Lifessy (2011). *Profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu (Hanafi, 2008 : 8). Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan *profitabilitas* perusahaan.

Nilai Perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya *profitabilitas* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Profitabilitas* ialah tingkat keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang akan dibagikan kepada pemegang saham yaitu keuntungan setelah bunga dan pajak. *Profitabilitas* ialah hasil akhir dari keputusan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan (Brigham, 2006). Jika *profitabilitas* yang dimiliki perusahaan baik maka para kreditur, supplier dan investor sejauh mana perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan ( Sambora, et, al., 2014).

*Profitabilitas* diduga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. *Profitabilitas* akan menunjukkan perimbangan pendapatan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada berbagai tingkat operasi, sehingga rasio ini akan mencerminkan efektifitas dan keberhasilan manajemen secara keseluruhan. Jika perusahaan tidak mampu menghasilkan profitabilitas yang cukup, maka



perusahaan tersebut tidak akan mampu untuk menjaga kelangsungan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari sumber dana yang berasal dari luar perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya.

Terdapat hasil penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Aprilia Wulandari (2019) menunjukkan bahwa *Profitabilitas* yang di proksikan ROA dan ROE berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan *Leverage* yang diproksikan DER juga berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian yang berhubungan dengan nilai perusahaan yaitu menurut penelitian Rudangga dan Sudiarta (2016) membuktikan bahwa *leverage* dan *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandey et.al (2017) yang membuktikan bahwa *leverage* dan *profitabilitas* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda juga dengan hasil penelitian Sari dan Abundanti (2014) yang membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Timbuleng et.al (2015) membuktikan hal yang sama bahwa *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan kajian yang berjudul “ Pengaruh CSR, *Profitabilitas*, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan ” (Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2020).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 ?
2. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 ?
3. Apakah *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 ?
4. Apakah CSR, *Profitabilitas*, *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan di atas maka tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.
2. Untuk menganalisis *profitabilitas* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.

3. Untuk menganalisis *Leverage* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.
4. Untuk menganalisis *CSR*, *Profitabilitas*, *Leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Disini peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Manfaat yang dapat diperoleh sebagai berikut :

##### 1.) Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan bagi peneliti khususnya mengenai nilai perusahaan, *CSR*, *Profitabilitas*, *Leverage* yang sudah di dapatkan di bangku kuliah.

##### 2.) Bagi Lembaga

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menambah referensi serta literatur bagi mahasiswa yang membutuhkan informasi, jika mahasiswa tersebut akan mengambil masalah serupa.

##### 3.) Bagi Perusahaan

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berguna sebagai evaluasi perusahaan agar meningkatkan kesadaran bahwa sangat penting untuk melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dan bisa digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan perusahaan agar lebih peduli terhadap lingkungan sosial.

#### 4.) Bagi Investor dan Calon Investor

Peneliti berharap hasil penelitian ini berguna untuk membuat keputusan yang hubungannya dengan investasi pada perusahaan yang melakukan CSR sehingga tidak lagi terpacu terhadap ukuran-ukuran moneter.

#### 5.) Bagi Manajer

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi manajer agar mengetahui Langkah yang akan diambil perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan dan harga saham.