

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada umumnya, setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk memakmurkan pemiliknya dan juga memperoleh keuntungan yang maksimal dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Tendi Haruman, 2008). Nilai perusahaan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam prospek operasi di masa mendatang sehingga dapat mewujudkan kepercayaan bagi pemegang saham perusahaan. Karena apabila kesejahteraan para pemegang saham sudah mampu terpenuhi, maka sudah pasti keadaan tersebut mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula.

Bagi perusahaan yang masih bersifat private atau belum go public, nilai perusahaan ditetapkan oleh lembaga penilai atau appraisal company (Suharli 2006). Bagi perusahaan yang akan go public nilai perusahaan dapat diindikasikan atau tersirat dari jumlah variabel yang melekat pada perusahaan tersebut. Misalnya saja aset yang dimiliki perusahaan dan keahlian manajemen dalam mengelola perusahaan. Ketersediaan aset yang banyak yang dimiliki oleh perusahaan akan memberikan keleluasaan kepada manajer pengelola dana untuk

menggunakannya secara optimal, penggunaan aset yang optimal oleh manajerial akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal lainnya adalah perusahaan besar akan cenderung lebih stabil dalam menghadapi permasalahan ekonomi, sehingga para investor mempunyai harapan yang tinggi terhadap perusahaan besar untuk bisa mendapatkan *return* di masa yang akan datang.

Menurut Analisa (2011), nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Prospek perusahaan yang baik menunjukkan profitabilitas yang tinggi, sehingga para investor akan merespon positif dan nilai perusahaan juga akan meningkat. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan.

Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman & Haire, 1976 dan Preston, 1978, Hackston & Milne, 1996 dalam Anggraini, 2006).

Selain profitabilitas, ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Semakin besar ukuran perusahaan tersebut, menunjukkan bahwa aset yang dimiliki perusahaan juga semakin besar dan dana yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya juga semakin banyak. Semakin besarnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan sebuah pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan tersebut dapat mengoptimalkan nilai perusahaan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Gill dan Obradovich (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Naceur dan Goaid (2002) memiliki hasil yang bertolak belakang, dimana hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Menurut Gill dan Marthur (2011) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Kanada.

Peneliti memasukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah pengaruh yang ada. Verecchia (dalam Basamalah dan Jermias, 2005), dari sudut pandang ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Kiroyan (dikutip dari Sayekti dan Wondabio, 2007), perusahaan berharap jika dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang berpijak triple bottom lines (financial, social, dan invironment). Hal ini muncul karena adanya kondisi keuangan yang tidak cukup menjamin nilai perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan.

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan yang semakin menyadari akan pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi akan melaksanakan tanggung jawab social perusahaan secara transparan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Basamalah dan Jermias (2005) menunjukkan bahwa salah

satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis.

Di Indonesia pendapat mengenai kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun sebelumnya menurut Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) ada beberapa perusahaan yang telah menjalankan CSR tapi sangat sedikit yang mengungkapkannya ke dalam sebuah laporan. Alasan kenapa hal itu bisa terjadi mungkin karena, belum adanya mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil baik penyusun laporan maupaun auditor. Selain itu di sektor pasar modal Indonesia belum terdapat penerapan indeks untuk saham-saham perusahaan yang telah menerapkan CSR.

CSR diharapkan dapat memengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dalam rangka untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan (*sustainable*), perusahaan harus memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan (Kusumadilaga, 2010). Tingkat profitabilitas yang tinggi tidak selalu menjadi jaminan atas peningkatan nilai suatu perusahaan. Hal ini disebabkan masyarakat saat ini cenderung memilih perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan sekitar karena dengan mendukung perusahaan

tersebut secara tidak langsung masyarakat pun ikut berpartisipasi dalam memelihara lingkungan sekitar (Susanti dan Santoso, 2011). Selain itu, perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dianggap lebih memperhatikan prospek kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk menyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (profit), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan (Yuniasih dan Wirakusuma, 2007).

Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan dalam memperoleh sumber dana baik bersifat internal maupun eksternal. Selain itu, perusahaan yang besar dianggap relatif lebih stabil dalam menghasilkan profit (laba) sehingga menarik bagi para investor (Chen Li dan Chen Shun, 2011). Namun, masih terdapat *research gap* dimana diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan belum tentu dapat memengaruhi investor untuk berinvestasi. Masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan investor dalam menilai suatu perusahaan. Dalam hal ini, CSR dinilai sebagai variabel yang dapat memoderasi (memperkuat) hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Menurut (Tilt, 1994, dalam Haniffa et al, 2005) menegaskan bahwa CSR berpengaruh dalam penilaian seorang calon investor selain ukuran perusahaan yang menjanjikan return saham yang stabil. Semakin besar ukuran perusahaan maka, semakin besar tekanan dan tanggung jawabnya terhadap *stakeholders* (Adam dan Hardwick, 1998 dalam Susanti dan Santoso, 2011), dan ketika perusahaan tersebut melaksanakan CSR sebagai bentuk dari tanggungjawab sosialnya maka, keberlangsungan perusahaan dapat terjaga dan investor akan semakin tertarik untuk berinvestasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Imron dkk (2013) dan Sudana dan Arlindania (2011) yang membuktikan bahwa, CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Susanti dan Santoso (2011) dengan judul yaitu Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi. Variabel CSR sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penelitian tersebut. Namun terdapat perbedaan dalam variabel yang digunakan yaitu peneliti menambahkan ukuran perusahaan sebagai variabel independennya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti dalam melakukan penelitian akan mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Pemoderasi”**.

#### **B. Batasan Masalah Penelitian**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah karakteristik perusahaan yang akan diteliti terdiri dari Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2013-2015.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan?



#### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji apakah pengungkapan *corporate social responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini hasilnya dapat digunakan sebagai wawasan, ilmu pengetahuan dan informasi terkait dengan akuntansi pada umumnya, khususnya menambah pemahaman mengenai pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variable pemoderasi.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bagi manajemen diharapkan dapat memberikan informasi yang digunakan untuk sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan dalam peningkatan kualitas pengawasan, pelaporan, dan tata kelola perusahaan agar kinerja perusahaan dapat lebih baik dan nilai perusahaan semakin baik. Diharapkan juga dapat memberikan informasi yang digunakan untuk pengambilan keputusan agar keputusan dan perencanaan yang dilakukan dapat memberikan manfaat di masa datang.

### b. Bagi Investor

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai indikasi bagi perusahaan yang memiliki kompetitif, *advantage* yang lebih dari perusahaan lainnya. Dapat juga digunakan sebagai informasi awal untuk melihat kondisi sebuah perusahaan dengan melihat laporan keuangan, sebagai bahan pertimbangan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan investasi, sehingga keinginan investor untuk mendapatkan *return* dapat terwujud.

c. Bagi Regulator

Hasil dari penelitian ini diharapkan membantu untuk mengembangkan, mengubah, menjelaskan standar yang berlaku guna mencapai pasar modal yang efisien dan perlunya informasi yang diungkap dalam laporan tahunan.