

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Suatu perusahaan didirikan tentu memiliki tujuan, salah satu tujuan penting perusahaan yaitu untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan berbanding lurus dengan tingkat kesejahteraan *stakeholders*-nya, apabila nilai perusahaan meningkat maka meningkat pula kesejahteraan para pemegang saham. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa mengoptimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama suatu entitas. Nilai perusahaan dipandang investor sebagai cerminan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, selain itu nilai perusahaan yang kemudian direfleksikan dengan harga saham dapat pula dijadikan tolak ukur kinerja perusahaan serta bagaimana prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Rahayu dan Andri (2010) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan gambaran baik atau buruk suatu manajemen mengelola kekayaannya, hal tersebut dapat diketahui dari melihat pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Perusahaan akan selalu berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya, nilai perusahaan yang meningkat biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar. Hal itulah yang menjadi fokus utama investor apabila akan menginvestasikan modalnya pada suatu entitas. Dengan melihat harga saham maka investor dapat mengetahui

seberapa besar perusahaan tersebut mampu mengembangkan modal yang akan diinvestasikan.

Harga saham perusahaan yang mengalami kenaikan dipicu oleh penilaian investor atas saham tersebut. Penilaian yang semakin tinggi atas saham salah satunya dipengaruhi oleh *return* yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Profitabilitas menjadi salah satu indikator untuk mengetahui kondisi perusahaan. Semakin tinggi laba, maka semakin tinggi pula *return* yang akan diperoleh investor. Profitabilitas yang kemudian diprosikan menggunakan *Return On Equity* (ROE) menunjukkan besarnya pengembalian atas modal atau *equity* yang ditanamkankan oleh investor (Martikarini, 2014).

Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Rahayu dan Andri (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Munawaroh dan Priyadi (2014) dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Martikarini (2014) dalam penelitiannya menyatakan hasil profitabilitas yang diukur dengan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Rudangga (2016) menyatakan hasil penelitian bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROE secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, penelitian Pasaribu dan Sulasmiyati (2016) menemukan hasil

yang sama yaitu profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Aktivitas lain yang dapat meningkatkan harga saham yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR). Pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan meningkatnya taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya (Gunawan dan Utami, 2008).

Pada awal berkembangnya, aktivisasi CSR hanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang aktivitas bisnisnya beresiko tinggi memberi dampak buruk bagi lingkungan. Sebagaimana dilihat dari sudut pandang Islam dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al A'raf ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya:

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”

Selanjutnya, penerapan CSR menjadi suatu tanggung jawab mutlak perusahaan. Tidak lagi terbatas lingkungan sekitar perusahaan, melainkan telah menjadi program nasional. Hingga saat ini perkembangan CSR telah

mengarah kepada Branded CSR. CSR tidak lagi terbatas pada komunikasi, melainkan sudah berkembang menjadi nilai dan filosofi perusahaan. Dampaknya pun telah berkembang, saat ini dapat dirasakan oleh seluruh *stakeholders*.

Sejak dikeluarkannya Peraturan Nomor X.K.6 lampiran Keputusan Ketua Bapepam dan LK Nomor: Kep-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik maka peraturan tersebut mencabut Keputusan Ketua Bapepam dan LK Nomor: KEP-134/BL/2006 tanggal 7 Desember 2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan Bagi Emiten dan Perusahaan Publik dan Keputusan Ketua Bapepam dan LK Nomor: KEP-40/BL/2007 tanggal 30 Maret 2007 tentang Jangka Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Berkala dan Laporan Tahunan Bagi Emiten atau Perusahaan Publik yang Efeknya Tercatat di Bursa Efek di Indonesia dan di Bursa Efek di Negara Lain. Sehingga pengungkapan CSR yang semula bersifat sukarela menjadi wajib. Tujuan penyempurnaan peraturan tersebut adalah untuk meningkatkan kualitas keterbukaan informasi dalam laporan tahunan Emiten dan Perusahaan Publik sebagai sumber informasi yang penting bagi *stakeholders* dalam membuat keputusan investasi. Sehingga dalam pengungkapan CSR, perusahaan memiliki dasar yang jelas.

Penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan. Velda dan Achmad (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh positif secara signifikan terhadap

*enterprise value*. Hasil serupa ditunjukkan oleh penelitian Rosiana *et al.* (2013), Widyasari (2015) serta penelitian Hadi (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil berbeda mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan ditunjukkan oleh penelitian Retno dan Priantinah (2012) yang menyatakan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage*.

Pengungkapan CSR oleh perusahaan selain sebagai suatu keharusan, saat ini juga dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan citra baik terhadap *stakeholders* meskipun terkadang banyak perusahaan yang justru menjadikan hal tersebut sebagai sarana untuk menutupi kecurangan maupun tindakan negatif lainnya. Salah satu yang sering dilakukan oleh perusahaan adalah manajemen laba.

Arisandy (2015) menyatakan pola yang dilakukan dalam manajemen laba yakni dengan cara melakukan pelaporan dengan teknik tertentu agar laporan keuangan yang disajikan dapat dijadikan sarana dalam memperoleh keuntungan atau memuluskan strategi keuangan manajer, dapat dikatakan manajemen laba adalah upaya manipulasi laporan keuangan yang dilakukan untuk memenuhi target tertentu. Dalam perspektif islam praktik manajemen laba tentulah tidak sesuai dengan prinsip islam mengenai cara memperoleh

keuntungan dalam berbisnis dengan merugikan pihak-pihak tertentu.

Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

*“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang bathil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian.”*

Guna menutupi praktik manajemen laba seringkali perusahaan melaksanakan CSR agar perhatian *stakeholders* teralihkan pada tindakan CSR yang baik tersebut. Akan tetapi pengungkapan CSR justru dapat berakibat menurunkan nilai perusahaan tersebut apabila dilakukan secara berlebihan dalam jangka pendek.

*Corporate Social Responsibility Disclosure* yang dilakukan secara berlebihan akan menurunkan kinerja keuangan perusahaan, sehingga secara tidak langsung akan berimbas pada nilai perusahaan. Kinerja keuangan merupakan salah satu elemen yang sangat penting bagi perusahaan. Apabila kinerja keuangan perusahaan baik maka keuntungan yang diperoleh dari kegiatan operasionalnya akan baik pula. Laba perusahaan yang positif menjadi indikasi bahwa perusahaan dalam kondisi baik sehingga akan menarik investor melakukan investasi, hal tersebut tentu akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian mengenai hubungan manajemen sebagai moderasi hubungan CSRD dengan nilai perusahaan telah diteliti sebelumnya. Dianita dan Rahmawati (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang terkait dengan praktek manajemen laba memengaruhi kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Kusuma dan Syafruddin (2014) menyatakan bahwa manajemen laba dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Velda dan Achmad (2013) memperoleh hasil penelitian bahwa tidak adanya pengaruh signifikan dari manajemen laba terhadap hubungan CSRD dengan nilai perusahaan. Jayastini dan Wirajaya (2016) menyatakan hasil bahwa manajemen laba tidak terbukti sebagai variabel pemoderasi pengaruh pengungkapan CSR pada kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian Velda dan Achmad (2013), dengan perbedaan pada periode penelitian yaitu tahun 2013-2015 serta perbedaan sampel penelitian menggunakan perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia. Peneliti juga menambahkan variabel independen profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Equity* (ROE). Penambahan profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) sebagai variabel independen mengacu pada penelitian Martikarini (2014).

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh *Corporate Social***

***Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Manajemen Laba sebagai Variabel Pemoderasi”.**

**B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah dengan adanya manajemen laba, maka akan memperlemah hubungan antara CSRD dengan nilai perusahaan?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menemukan bukti empiris tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan.
2. Menemukan bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Menemukan bukti empiris dengan adanya manajemen laba akan memperlemah hubungan hubungan *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan nilai perusahaan.



#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian juga diharapkan memperluas dan memperkuat penelitian sebelumnya, sehingga dapat dijadikan sumber ilmu pengetahuan bagi para pembacanya.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui bahwa penerapan tata kelola perusahaan yang baik sangatlah penting sehingga dapat mengurangi praktik manajemen laba, selain itu yang tidak kalah penting yaitu pengungkapan CSR bagi perusahaan yang *go public*.

