

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi dunia semakin maju dan berkembang, dan terbukanya pasar bebas menyebabkan persaingan usaha semakin ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk tumbuh menjadi perusahaan yang lebih baik dan bertahan dalam pangsa pasar. Dunia bisnis saat ini berkembang sangat pesat dan persaingan sangat ketat. Dengan berkembangnya perusahaan, karena perusahaan melakukan aktivitas yang tidak terkendali pada berbagai sumber daya guna meningkatkan keuntungan perusahaan, maka derajat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi. Selain masyarakat yang berhubungan langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan juga merasakan dampak dari aktivitas bisnis perusahaan.

Sekarang ini, pemerintah dan masyarakat semakin sadar akan kepedulian sosial yang diberikan oleh perusahaan, menjadikan tanggung jawab sosial perusahaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) menjadi perhatian perusahaan. Pemerintah dan masyarakat semakin menyadari perlunya mempertimbangkan CSR (*Corporate Social Responsibility*), karena kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan secara tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan sosial perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi masyarakat di sekitar perusahaan. Perusahaan tidak sebatas menyampaikan laporan keuangan, tetapi juga harus menyampaikan laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilaksanakan perusahaan. CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Mulyadi (2020) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan itu luas, mulai dari pemegang saham, karyawan bahkan sampai kepada lingkungan di menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan itu luas, mulai dari pemegang saham karyawan bahkan sampai kepada lingkungan di masyarakat yang mencakup aspek

ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat serta tanggung jawab terhadap produk terkait semakin banyaknya masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia mulai meningkat sejak disahkannya UU Nomor 40 Tahun 2007 pasal 7 tentang Perseroan Terbatas, hal ini disebabkan karena UU tersebut menyebutkan secara tegas bahwa CSR telah menjadi kewajiban perusahaan. Bunyi pasal yang menyebutkan kewajiban tersebut adalah “PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan “Pasal 74 ayat (1). Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial industri di Indonesia belum banyak dilaksanakan. Industri manufaktur banyak menyumbang masalah kerusakan lingkungan, seperti kasus-kasus berikut:

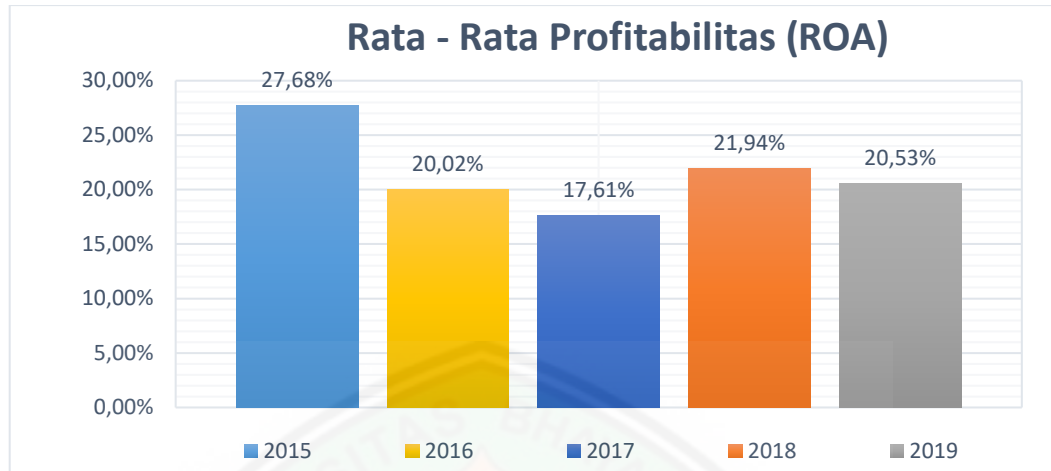
Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Bekasi, Jumhana Lutfi mengatakan masih ada empat perusahaan yang diduga mencemari Kali Bekasi. Diduga perusahaan tersebut membuang limbah langsung ke Kali Bekasi tanpa pengolahan yang baik. Ia menjelaskan beberapa perusahaan yang sudah disidak namun tak disegel, tandanya perusahaan tersebut masih sesuai dengan standar yang ditentukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Bekasi. Adapun tiga perusahaan yang telah disegel diantaranya PT Prima Kemasindo, PT Prima Baja Utama disegel, dan PT Millienium Laundry. Ketiga perusahaan yang hasil produksinya berbeda-beda tersebut berada di bantaran Kali Bekasi. Ketiganya, menurut Wali Kota Bekasi, diduga tidak mengolah limbah dengan baik dan langsung membuang ke kali karena tidak memiliki Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL). Dengan demikian, limbah tersebut akan mengalir dan mencemari Kali Bekasi yang nantinya dikonsumsi warga Kota Bekasi melalui distribusi dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bekasi. Akhirnya sumber baku air olahan PDAM ini tidak dapat digunakan untuk menggenapi kebutuhan rutin masyarakat. Namun tidak hanya itu, kondisi yang buruk juga ikut berdampak pada kesehatan warga yang terpapar dengan baunya. Sumber: www.kompas.com

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, meminta pemerintah daerah memberikan sanksi tegas kepada perusahaan yang tidak menyalurkan dana tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kabupaten Bekasi memiliki lebih dari 6.000 perusahaan. perusahaan yang belum memberikan laporan kaitan penyerahan dana CSR (*Corporate Social Responsibility*), maka akan diberikan sanksi. Sanksi mulai dari teguran hingga pembatasan izin kegiatan usaha. Besaran CSR (*Corporate Social Responsibility*) diatur berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Yakni, perusahaan wajib memberikan dana CSR sebesar 2 persen, 2,5 persen atau 3 persen dari keuntungan perusahaan. Sumber: www.republika.co.id

Menurut Mariani dan Suryani (2018) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan gambaran kinerja manajemen perusahaan untuk menghasilkan laba. Di dalam kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Menurut Lela Nurlaela Wati (2019) rasio profitabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuangan ditingkat penjualan, aset, modal saham tertentu.

Profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Semakin laku produk perusahaan maka laba (profit) perusahaan semakin meningkat. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan, artinya prospek perusahaan ke depan dianggap semakin baik, artinya di mata investor nilai perusahaan juga akan dianggap semakin baik. Jika kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba meningkat maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2015). Atas dasar itulah profitabilitas memberikan pengaruh yang besar bagi investor, maka perusahaan berkomitmen untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya yang ada untuk mencapai target laba perusahaan sehingga dapat memaksimalkan kepentingan pemegang saham. Dalam penelitian ini akan meneliti mengenai Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada Nilai Perusahaan di 7 perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2015-2019, adapun data perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang ada di BEI adalah sebagai berikut:

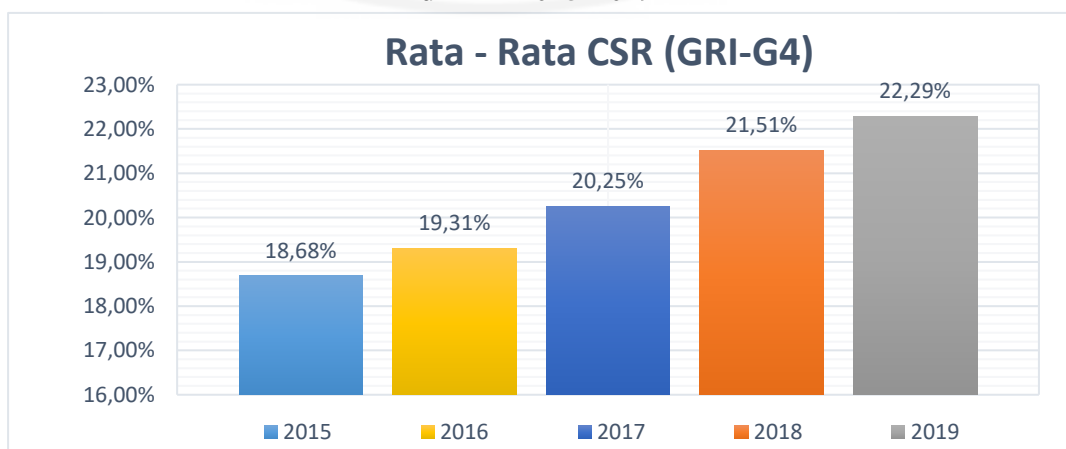
Gambar 1.1
Rerata Profitabilitas pada 7 Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi di
BEI 2015-2019



Sumber: www.idx.co.id diolah (2021)

Berdasarkan pada gambar di atas dapat dilihat bahwa rata-rata Profitabilitas (ROA) pada 7 Perusahaan tersebut nilai tertinggi di tahun 2015 sebesar 27,68% lalu mengalami penurunan nilai ROA di tahun 2016 sebesar 7,65% dan penurunan nilai di tahun 2017 sebesar 2,42%. Sedangkan nilai kenaikan pada tahun 2018 sebesar 4,33% lalu mengalami nilai penurunan terjadi di tahun 2019 sebesar 1,41% dan nilai terendah terjadi di tahun 2017 dengan rerata ROA sejumlah 18,51%.

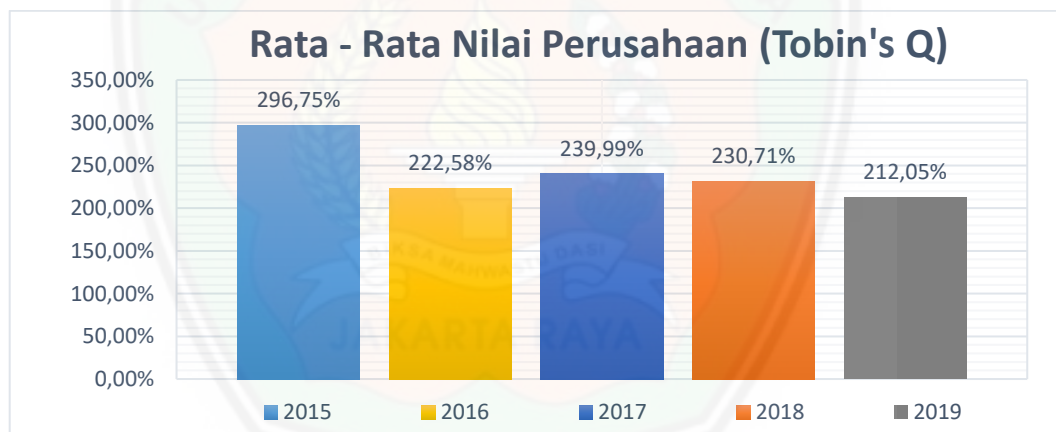
Gambar 1.2
Rerata CSR pada 7 Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi
di BEI 2015-2019



Sumber: www.idx.co.id diolah (2021)

Berdasarkan pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata CSR pada 7 perusahaan tersebut mengalami kenaikan nilai CSR mulai di tahun 2016 sebesar 0,63% kenaikan nilai di tahun 2017 sebesar 0,94% lalu kenaikan nilai 1,26% di tahun 2018 dan terakhir mengalami kenaikan nilai 0,78% di tahun 2019. Nilai terendah terlihat pada tahun 2015 sebesar 18,68% dan tertinggi pada tahun 2019 sebesar 22,29%. Hal ini dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut semakin menyadari pentingnya CSR terhadap keberlanjutan kegiatan usahanya yang diharapkan perusahaan sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan nya sendiri. Semakin tinggi nilai CSR pada setiap perusahaan, maka semakin tinggi juga Nilai Perusahaan tersebut. tinggi nilai CSR pada setiap perusahaan, maka semakin tinggi juga Nilai Perusahaan tersebut.

Gambar 1.3
Rerata Nilai Perusahaan pada 7 Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi
di BEI 2015-2019



Sumber: www.idx.co.id diolah (2021)

Berdasarkan pada gambar diatas bahwa rata-rata Nilai Perusahaan pada 7 perusahaan nilai tertinggi terlihat pada tahun 2015 sebesar 296,75% dan penurunan nilai sebesar 74,16% pada tahun 2016, terjadi peningkatan nilai perusahaan sebesar 17,41% pada tahun 2017 dan mengalami penurunan nilai di tahun 2018 sebesar 9,28% dan nilai penurunan 18,66% pada tahun 2019. Nilai terendah terlihat pada tahun 2019 sebesar 212,05%.

Melihat fenomena yang terjadi di berbagai perusahaan, hal ini tidak sejalan dengan perbedaan teori yang ada dengan berbagai hasil penelitian sebelumnya.

Oleh karena itu, peneliti termotivasi untuk mempelajari pengaruh profitabilitas dalam pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan penelitian sebelumnya telah menunjukkan hasil yang berbeda, dan terdapat variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil beberapa studi yang pernah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya, oleh karena itu hasil penelitian ini dapat memperkuat dan memperkuat teori-teori yang ada. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015 hingga 2019.

Sisca Pradnyamita Saridewi, dkk (2016) meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Annisa Fitri Gea (2020) dan Debbi Chyntia Ovami (2020) meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hotman Tohir Pohan (2018) dan Ice Nasyrah Noor & Yudha Fatrya Bhakti (2018) meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variable moderasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil pengaruh profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka para investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat.

Amirul Hamzah (2019) meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dimana apabila nilai semakin besar ROA suatu perusahaan maka semakin baik pula. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan *stakeholder* cenderung membeli saham untuk mendapatkan capital gain tanpa mempertimbangkan keberlangsungan perusahaan jangka panjang. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan suatu perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang belum tentu mereaksi pasar.

Krisna Bakti (2019) meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan Profitabilitas tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* yang baik mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ke arah negatif.

Miftahul Hilda Cahyani (2019) meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, secara simultan Profitabilitas dan Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh dominan terhadap Nilai Perusahaan.

Karena, penelitian saya untuk menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan, pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Memilih sampel Perusahaan Manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dikarenakan perusahaan manufaktur ini lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu, perusahaan

manufaktur juga sangat terkait dengan lingkungan dan masyarakat yang mempunyai tingkat produksi yang sangat besar dan lebih banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan disekitarnya karena tingkat operasi perusahaan yang mempunyai jumlah tenaga besar dan dalam proses produksi mengeluarkan dampak seperti limbah, polusi dan memenuhi aspek pada tema pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Berdasarkan hasil latar belakang diatas, masih terdapat *research gap* dari beberapa penelitian. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji dan menganalisa kembali melakukan penelitian dengan judul:

“Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini tidak akan membahas secara menyeluruh agar tidak menyimpang terlalu jauh dan sesuai dengan rumusan masalah mengenai Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Batasan dalam penelitian ini dengan menggunakan variabel independen (X1) yaitu Profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset*

(ROA). Pada variabel independen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X2) yang menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan tabel pengungkapan GRI-G4. Kemudian untuk variabel dependen (Y) Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan *Tobins's Q* yang membagi nilai pasar suatu perusahaan diukur dengan nilai saham yang beredar dan utang dengan biaya pergantian aktiva.

Dalam penelitian ini perusahaan yang digunakan adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019 dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Laporan Tahunan (*annual report*) dan Laporan Keberlanjutan (*sustainability reporting*).

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta memberikan informasi dan gambaran mengenai profitabilitas dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan hubungannya dengan peningkatan nilai perusahaan. Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.

1.5. Manfaat Hasil Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dapat di petik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di dalam laporan keberlanjutan perusahaan (*sustainability report*) dan meningkatkan kepedulian serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.

2. Bagi *Stakeholder*

Sebagai informasi bagi para *stakeholder* bahwa kinerja perusahaan tidak diukur pada kinerja keuangan saja, namun pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga *stakeholder* mendapatkan informasi tambahan untuk melakukan pengambilan keputusan yang tepat.

3. Bagi Regulator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris bagi pasar modal sebagai *input* atau *feedback* untuk mengatur masalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Karena, betapa pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan sehingga dapat meningkatkan praktik pertanggung jawaban sosial dan lingkungan yang sudah dilakukan perusahaan.

4. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang secara berurutan terdiri dari beberapa bab, yaitu Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metodologi Penelitian, Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab V Kesimpulan dan Saran. Selanjutnya, deskripsi masing-masing bab akan dijelaskan sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang akan mendukung perumusan hipotesis, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, kerangka penelitian, serta hipotesis penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan. Oleh karena itu, pada bagian ini akan diuraikan mengenai: variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil olah data, dan argumentasi atau pembahasan hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisikan kesimpulan yaitu pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan untuk membuktikan kebenaran hipotesis, kemudian saran yang dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan penulis kepada peneliti yang akan mengembangkan atau melanjutkan penelitian sejenis.