

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya, setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk memakmurkan pemiliknya begitu juga untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan tinggi dianggap mampu meningkatkan kemakmuran para pemegang saham sehingga hal ini yang nantinya akan menarik para pemegang saham untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008). Nilai perusahaan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam prospek operasi dimasa mendatang sehingga dapat mewujudkan kepercayaan bagi pemegang saham perusahaan. Apabila kesejahteraan pemegang saham telah terpenuhi hal itu dapat mencerminkan suatu nilai perusahaan yang tinggi.

Nilai perusahaan yang tinggi merupakan suatu tujuan yang sangat diinginkan oleh para pemilik perusahaan karena dengan tingginya nilai perusahaan akan dianggap dapat memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham, nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah *leverage*, profitabilitas, kebijakan deviden, dimana nantinya faktor tersebut yang nantinya akan dijadikan indikator dalam penelitian ini.

Leverage digunakan untuk membayar kewajiban, baik jangka panjang maupun jangka pendek dimana pada saat kewajiban perusahaan sedikit maka sebuah perusahaan akan menghasilkan keuntungan yang semakin besar sehingga, sesuai dengan teori legitimasi bahwa bagi perusahaan dengan tingkat kewajiban/utang yang tinggi tetap akan pengungkapan tanggung jawab socialnya

(Eddy, 2005). Perusahaan dengan tingkat keuntungan yang besar mewajibkan sebuah perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial dan lingkungannya. Harapannya agar perusahaan mendapatkan dukungan penuh dari *stakeholders* maupun masyarakat mengenai *image* perusahaan.

Selain itu mengungkapkan deviden dianggap suatu hal yang wajib terhadap tanggung jawaban sosial pada perusahaan, karna pihak manajemen akan merasa diuntungkan melalui pengungkapan pembagian deviden. Para *stakeholders* akan cenderung tertarik dengan adanya pembagian deviden yang nantinya akan memberikan penambahan terhadap nilai perusahaan, tanggung jawab sosial yang baik akan mencerminkan kemakmuran pada suatu nilai perusahaan.

Peneliti memasukkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi yang nantinya ikut memperkuat atau memperlemah pengaruh yang ada (Jermias, 2005). Dari sudut pandang ekonomi perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Kiroyan (2007), perusahaan berharap dengan adanya penerapan *CSR* atau tanggung jawab social perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini menunjukkan perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* berharap akan mendapat dukungan dari para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, *CSR* merupakan sebuah gagasan yang berpijak triple bottom lines (*financial, sosial, dan invironment*).

Di Indonesia wacana mengenai *Corporate social responsibility* mulai diperbincangkan pada tahun 2001 dan semakin banyak perusahaan yang mengungkapkan aktivitas socialnya meskipun belum ada standar mengenai pengungkapannya (Rika dan Islahuddin, 2008). CSR merupakan bentuk dari terwujudnya akuntabilitas, responsibility serta transparansi terhadap investor dan lingkungan *stakeholders* didalam perusahaan. Dengan menggunakan pengungkapan CSR sebagai mediasi dalam menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan maka perusahaan yang memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam trade maupun *ownership* akan lebih mudah mendapatkan dukungan dalam melakukan pengungkapan CSR (Rustriarini, 2010).

Fenomena yang terkait dengan implementasi CSR kini sedang terjadi di Negara ASEAN bahwa tidak semua negara yang melaporkan CSR memiliki tingkat pelaporan yang tinggi, seperti beberapa perusahaan di Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Tidak sepenuhnya mampu menerapkan CSR dengan baik, namun jika dilihat dari kualitas perusahaan di Singapura dan Thailand implementasi CSRnya jauh lebih baik dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia, sehingga Negara Thailand menjadi negara kualitas implementasi CSR yang paling tinggi dengan nilai 56,8%, sementara Singapura 48,8%, Malaysia 48,4% dan Indonesia hanya berkisar pada 47,7%. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Negara Indonesia masih menjadi negara yang paling rendah atas implementasi program CSR pada setiap perusahaan (CCNIndonesia).

Peran CSR sangat penting terlebih bagi perusahaan yang sedang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam. Hal ini

dikarena perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial sesuai dengan UU perseroan terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74. keputusan ketua badan pegawai modal dan lembaga keuangan no. KEP-134/BL/2006 mewajibkan perusahaan publik untuk menyapaikan laporan tahunan yang berisi tentang aktivitas dan biaya yang digunakan dalam kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR menjadi salah satu aspek yang dapat dipertimbangkan dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

Pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan sebab teori *stakeholders* menekankan bahwa perusahaan mewajibkan untuk mengungkapkan informasi kegiatan CSR nya sebagai bentuk rasa tanggung jawab perusahaan terhadap pihak *stakeholders* yang berdampak dari suatu perusahaan (Chairiri dan Ghazali,2007). Pengungkapan CSR yang diungkapkan pada laporan tahunan merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada *stakeholders* agar terjalin suatu komunikasi yang baik antara kedua pihak tersebut. Sehingga nantinya akan menimbulkan kepuasan tersendiri dari *stakeholders*.Perusahaan yang dapat mempertahankan kepuasan dari *stakeholders*, maka perusahaan tersebut akan memperoleh dukungan penuh dari masyarakat sebagai kepuasan *stakeholders* yang nantinya akan dapat menjadikan suatu keuntungan bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya.

Tingkat pengungkapan CSR yang telah dilaksanakan oleh setiap perusahaan masih beragam, hal ini disebabkan oleh faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR itu sendiri, dimana salah satu nya adalah profitabilitas, *lavage*, karena semakin tinggi *profitabilitas* perusahaan maka semakin luas pula pengungkapan tanggung jawab social perusahaan kepada *stakeholders*.

Berdasarkan perspektif teori *stakeholders*, dimana perusahaan dengan profitabilitas tinggi dan kewajiban hutang yang rendah akan mencerminkan prestasi kinerja yang baik dan sumber daya yang dimiliki perusahaan semakin besar sehingga berdampak pada meningkatnya harapan *stakeholders* akan kewajiban suatu perusahaan terhadap pengungkapan informasi terkait kegiatan CSR (Ikbal, 2013). Pengungkapan CSR yang terdapat dalam laporan tahunan akan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan *stakeholders*, dimana akhirnya perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan dikemudian hari.

Salah satu alasan menggunakan objek penelitian perusahaan manufaktur karena sektor manufaktur merupakan salah satu sektor terbesar di Indonesia yang artinya merupakan perusahaan yang dianggap lengkap dalam mengeluarkan laporan tahunannya. Pemilihan tahun 2013-2016 dianggap relevan dengan tahun yang dilakukan sekaligus memperpanjang tahun penelitian sebelumnya dalam menggambarkan profit perusahaan dari masa ke masa pada tahun 2013 laju pertumbuhan sektor manufaktur semakin cepat, investasi dalam kegiatan manufaktur mencapai \$1,2 Milyar atau naik 62% (www.worldbank). dan dipilihnya BEI sebagai tempat penelitian karena BEI merupakan bursa pertama di Indonesia yang telah dianggap memiliki data yang lengkap dan telah terorganisasi dengan baik.

Berdasarkan beberapa peneliti sebelumnya bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Zainuri (2015), dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Inkonsistensi hasil penelitian dalam menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan juga terjadi dalam

penelitian yang dilakukan oleh Suffah (2016), dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin rendah tingkat kewajiban yang dimiliki perusahaan akan semakin tinggi profit yang dihasilkan oleh perusahaan. Penelitian Santana (2012) dan Rinda (2015), menentukan bahwa pengungkapan *CSR* perusahaan berdampak terhadap profitabilitas perusahaan dan seperti penelitian Analisa (2011) dan Darmanto (2015), dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kebijakan deviden, berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan masalah dan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, Penelitian ini merupakan pengembangan dari peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Zainuri (2016) yang berjudul “Pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage*, dan pengungkapan *Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil yang didapatkan akan sama pada perusahaan manufaktur di Indonesia jika teori yang diterapkan sama dengan peneliti terdahulu sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperlemah teori yang ada. Sehingga pada penelitian ini menggunakan variabel pemoderasi yang nantinya diharapkan memberikan hasil yang berbeda dengan penelitian yang lain dan pemaparan mengenai kondisi *CSR* pada Negara *ASEAN*, yang menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

4. Apakah pengungkapan *corporate sosial responsibility* berpengaruh dalam memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah pengungkapan *corporate sosial responsibility* berpengaruh dalam memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah pengungkapan *corporate sosial responsibility* berpengaruh dalam memoderasi hubungan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan?

1.3 Manfaat dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui kebijakan deviden memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengungkapan *corporate sosial responsibility* memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan?
5. Untuk mengetahui pengungkapan *corporate sosial responsibility* memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
6. Untuk mengetahui pengungkapan *corporate sosial responsibility* memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan?

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan hasilnya dapat digunakan sebagai literatur bagi teman-teman mahasiswa dan pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan/ Emiten

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan dalam peningkatan kualitas pengawasan, pelaporan, dan tata kelola perusahaan agar kinerja perusahaan dapat menjadi 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 dimasa yang akan datang.

b. Bagi Investor/ Calon Investor

Dengan adanya penelitian ini 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 agar terwujud.