

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan ialah organisasi yang beranggotakan individu serta organisasi lain yang kegiatannya dilaksanakan atau didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, setiap perusahaan mempunyai arah yang nyata. Menurut Dominic, tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk menumbuhkan kekayaan atau nilai perusahaan (Lubis, 2017).

Saat ini, pergulatan antar perusahaan sangat kuat sehingga setiap perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas dan kuantitas yang terbaik guna meningkatkan daya saing serta kinerja perusahaan. Tujuan utama perusahaan dalam menaikkan kinerja perusahaan adalah menumbuhkan kesejahteraan pemegang saham dengan cara meninggikan nilai perusahaan. Perusahaan yang tepercaya harus berupaya mengendalikan potensi keuangan dan potensi bukan keuangan agar dapat meningkatkan nilai kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan.

Memiliki nilai perusahaan yang baik sebagai pertimbangan untuk investor. Nilai perusahaan menjelaskan kepada investor atas keberhasilan yang diraih perusahaan dalam mengolah sumber dayanya.

Nilai Perusahaan ialah indikator yang berharga bagi investor untuk mengevaluasi perusahaan secara totalitas. Semakin meningkat nilai perusahaan sehingga perusahaan akan mampu mewujudkan aspirasi pemegang saham yang sejahtera (Nurlela,2008). Menurut Su'ad 2006 "Nilai perusahaan merupakan tanggapan investor tentang jenjang kesuksesan biasanya berkaitan dengan harga saham dan profitabilitas, meningkatnya harga saham akan menjadikan perusahaan tersebut sangat bernilai"(Jufrizen, 2015:3).

Menurut Jumingan "Kinerja keuangan menggambarkan pencapaian perusahaan dalam kegiatan bisnis dalam hal keuangan, pemasaran, penggalangan dana, teknologi, dan sumber daya manusia"(Arsanti,2016,

:101). Status keuangan menjadi penentu bagi investor untuk berinvestasi. Perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan prestasi keuangan, supaya saham tersebut dapat menarik minat investor.

Dalam mengevaluasi prestasi keuangan perusahaan hal ini dapat ditentukan dengan menganalisis analisis rasio kinerja keuangan yaitu profitabilitas. Profitabilitas sangat penting, karena profitabilitas merupakan ukuran status keuangan perusahaan, oleh karena itu dapat dijadikan referensi dalam mengevaluasi perusahaan.

Profitabilitas yakni rasio yang mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam mendapatkan profit. Rasio tersebut mengukur efektivitas manajemen perusahaan profit dari penjualan dan perolehan investasi (Kasmir,2007). Semakin tinggi angka laba yang tercatat dalam laporan keuangan, maka performa keuangan perusahaan semakin menunjukkan kekayaan investor, dan kemajuan masa depan perusahaan dianggap semakin cerah.

Profitabilitas merupakan penyebab perubahan nilai perusahaan. Indikator yang diperhatikan para investor dalam jaminan perusahaan di masa depan yakni tingkat pertumbuhan profitabilitas perusahaan (Zuraida, 2019).

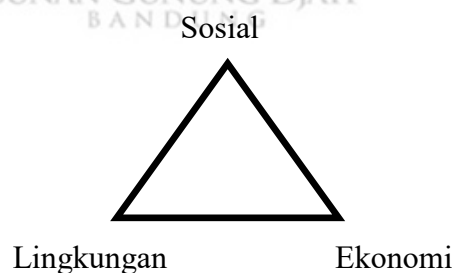
Setiap perusahaan tidak terpisah dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, karena perusahaan akan menjalin hubungan yang saling menguntungkan dengan lingkungan sekitarnya. Perusahaan memerlukan masukan yang baik dari masyarakat, hal ini dicapai melalui kontribusi perusahaan kepada masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak saja untuk kebutuhan pemilik saham, bahkan untuk kebutuhan kelompok yang lainnya. Contohnya pemerintah, lingkungan dan masyarakat, serta cara pengelolaan bisnis perusahaan.

Corporate Social Responsibility dapat dikerjakan melalui tindakan yang terbuka dan tepat. Sesuai dengan gambaran pembangunan berkelanjutan dan kemakmuran masyarakat, serta tetap memperhatikan keinginan pemangku kepentingan pada hukum yang berlaku dan standar internasional (Probosiwi, 2016:33).

Dengan berkembangnya perusahaan maka tingkat perkembangan sumber daya alam dan sumber daya sosial di masyarakat semakin tinggi dan tidak terkendali, sehingga masyarakat juga sadar akan pemahaman mengurangi konsekuensi yang buruk. Tanggung jawab sosial adalah penyebab lain yang ditinjau kembali oleh perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pasalnya, perusahaan telah menyadari esensi penerapan tanggung jawab sosial.

Darwin percaya bahwa perusahaan yang berlatih dengan sungguh-sungguh akan menerima keuntungan daripada tanggung jawab sosial dan keterbukaan informasi, termasuk memperkuat hubungan beserta pemangku kepentingan, menyesuaikan visi, misi dan kepercayaan perusahaan terkait pelaksanaan dan kegiatan usaha domestik perusahaan, dan menstimulasi perusahaan untuk terus maju. Dasar ini adalah metode manajemen risiko, perlindungan reputasi dan keunggulan bersaing dalam kondisi perusahaan yaitu permodalan, tenaga kerja, pemasok dan pangsa pasar (Panjaitan, 2015).

Pada tahun 1997 John Elkington menguraikan sebuah persepsi yaitu *Triple Bottom Line*. Elkington percaya bahwa, jika perusahaan menginginkan pembangunan yang berkelanjutan, maka harus memperhatikan atau menerapkan sistem “3P”, di mana 3P adalah *Profit*, *People* dan *Planet*. Sebagaimana dari penjelasan tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut :



Dengan pemikiran tersebut maka perusahaan tidak lagi memikul tanggung jawab berdasarkan satu jalur saja yaitu hanya bidang ekonomi yang tercermin dalam situasi keuangannya, dan perhatian harus diberikan pada dimensi sosial dan lingkungan (Wibisono,2007).

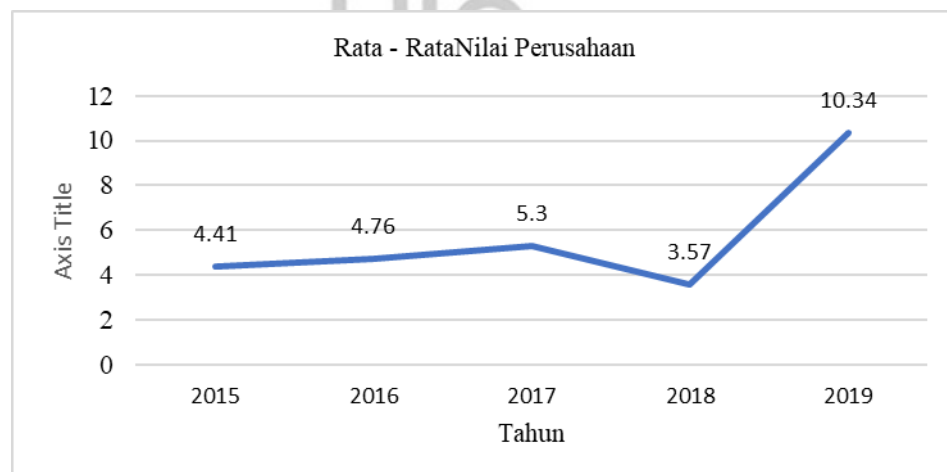
Menurut Prastowo dan Huda, hubungan antara masyarakat dan lingkungan itu tidak bisa dipisahkan. Menurut Elkington, konsep 3P dapat menyelamatkan bisnis perseroan. Jikalau perusahaan hanya mengejar profit, lingkungan akan rusak dan masyarakat tidak akan dipandang sebagai penghambat kategori bisnis fungsionalnya. Aktivitas perusahaan lain akan terganggu karena tidak memperhatikan keteraturan 3P. Apabila ada campur tangan dari masyarakat, maka kerugiannya adalah urusan perusahaan tersebut (Wulandari et al., 2020).

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang masuk pada Indeks SRI KEHATI tahun 2015-2019. Indeks SRI KEHATI mencantumkan 25 emiten berkinerja sangat baik yang sadar akan lingkungan hidup, masyarakat atau sosial serta tata kelola perusahaan yang baik

Berikut merupakan perhitungan Nilai Perusahaan dalam bentuk Rasio pada perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI -KEHATI 2015-2019.

Gambar 1.1

Grafik Rata – rata Nilai Perusahaan pada perusahaan yang Terdaftar di Indeks SRI KEHATI 2015-2019



Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)

Menurut informasi yang diperoleh dari Gambar 1.1 rata – rata nilai perusahaan pada Indeks SRI KEHATI dari tahun 2015-2019 terjadinya

fluktuasi yang cenderung menurun. Hal ini disebabkan harga saham turun, karena kenaikan suku bunga, yang menyebabkan penurunan di tahun 2018.

Menurut Nurlela (2008) salah satu factor untuk meningkatkan nilai perusahaan yaitu profitabilitas, dikarenakan profitabilitas ialah salah satu rasio untuk mengukur efektivitas penggunaan aktiva. Dalam peningkatan nilai perusahaan menurut Sobirin (1999) perusahaan harus memposisikan bisnisnya itu bagian dari sistem sosial atau disebut dengan *corporate social responsibility*, apabila perusahaan lebih paham kebutuhan masyarakat maka perusahaan akan diterima oleh masyarakat, dan akan mendapatkan keuntungan ekonomi berupa peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk menganalisis **“Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI Periode 2015-2019”**

B. Identifikasi Masalah

1. Menurunnya Nilai Perusahaan dapat disebabkan oleh menurunnya harga saham, pentingnya menggunakan Rasio Profitabilitas untuk mengukur Nilai perusahaan
2. Nilai perusahaan menjadi bahan evaluasi bagi investor untuk melakukan investasi. Namun selain nilai perusahaan, ada faktor lain yang menjadi pusat perhatian para investor yaitu *Corporate Social Responsibility*.
3. *Corporate Social Responsibility* diyakini sebagai sarana untuk menghasilkan profit sebagai tujuan utama. Perusahaan harus memiliki pemahaman bahwa CSR ialah investasi masa depan.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di di Indeks SR KEHATI periode 2015-2019?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI periode 2015-2019?

3. Apakah *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI periode 2015-2019?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI 2015-2019
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI periode 2015-2019
3. Untuk menganalisis dan mengetahui *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan di Indeks SRI KEHATI periode 2015-2019.

E. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil pengujian ini diharapkan memperoleh asumsi secara teoritis perihal Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi, dan dapat digunakan dimasa depan untuk bahan kajian atau referensi.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai informasi dan Evaluasi untuk pemimpin perusahaan dan manajer untuk meningkatkan nilai perusahaan, serta peninjauan bagi emiten dalam mempertimbangkan, mengevaluasi, dan mengembangkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi faktor investor dalam mempertimbangkan bagi investor untuk berinvestasi.

F. Kerangka Pemikiran

Profitabilitas ialah salah satu indikator kinerja manajemen, dan dinyatakan dengan keuntungan yang diperoleh dari pengelolaan aset perusahaan. Tingginya tingkat profitabilitas yang dicapai menunjukkan bahwa prospek perusahaan untuk pengembangan bisnis ke depan akan meningkat, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Mengoptimalkan nilai perusahaan adalah tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan sangat esensial karena memaparkan bagaimana perusahaan memberikan keuntungan kepada investor.

Selain profitabilitas dalam meningkatkan nilai perusahaan, ada faktor lain yang bisa meningkatkan nilai perusahaan yakni *Corporate Social Responsibility*, yaitu jenis kegiatan pada pertimbangan etika perusahaan untuk bekerja pada ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup karyawan, masyarakat sekitar dan keseluruhan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, variabel yang terlibat dalam penelitian ini dapat diungkapkan melalui rumusan :

1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Profitabilitas ialah prestasi perusahaan tatkala memperoleh profit dari segi penjualan, total asset, dan modal sendiri (Jorenza,2015). Menurut Prasetyoni dalam Vona menjelaskan profitabilitas yang tinggi akan mengindikasikan kemajuan perusahaan, sehingga dapat menarik investor untuk berpartisipasi dalam menumbuhkan permintaan saham(Vonna et al., 2013).

ROA ialah rasio laba bersih setelah pajak terhadap rata rata total aset, ROA menunjukkan seberapa efisien manajemen ketika menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan(Subramanyam, 2012).

Harmono (2015) menjelaskan nilai perusahaan ialah presentasi perusahaan yang tercermin dalam biaya saham yang merupakan dari hubungan antara penawaran dan permintaan di pasar modal, mencerminkan persepsi umum terhadap kinerja perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan dapat membangun kepercayaan pada investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Zuraedah mengatakan nilai

perusahaan yakni standar penting bagi pasar dan calon investor, serta dapat menggambarkan prestasi perusahaan. Nilai perusahaan menjadi patokan prestasi perusahaan di masa depan (Raningsih & Artini, 2018)

Profitabilitas perusahaan tumbuh lebih baik dari sebelumnya berarti prospek perusahaan ke depannya akan baik. Dan memberikan petunjuk bahwa perusahaan telah menghasilkan keuntungan. Maka dari itu, investor akan menilai perusahaan dengan baik..

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan dengan nilai lebih itu merupakan tanda positif bagi pendukung keuangan, dan investor akan tertarik dengan perusahaan yang prospeknya cerah. Menurut Brigham (2016) bahwa profitabilitas merupakan bagian dari strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Demikian halnya didukung beserta beberapa penelitian yang dilaksanakan Rajab(2017), Raningsih dan Artini (2018) hasil penelitiannya yaitu profitabilitas yang diprosikan dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1 : profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan

CSR perusahaan merupakan komitmen perusahaan pada lingkungan serta masyarakat sekitar yang terkena dampak negatif dari perusahaan yang menyebabkan masyarakat sekitar harus menanggung beban pencemaran berskala besar (Ratih, 2014).

Tanggung jawab Sosial perusahaan yakni dimensi lain yang harus diperhatikan dalam menumbuhkan nilai perusahaan, sebab perusahaan telah memahami pentingnya pelaksanaan CSR sebagai elemen dari strategi bisnis yang penting dan dapat meningkatkan citra perusahaan (Dewi & Suputra2, 2019)

Eipsten dan fredman (1994) berpendapat bahwa bukti yang ditemukan menunjukkan investor lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan yang memberikan penjelasan sosial dalam laporan keuangannya dibandingkan perusahaan yang tidak memuat informasi sosial. Informasi ini datang dalam

bentuk keamanan dan keunggulan produk, kegiatan lingkungan. Selain itu, mereka membutuhkan informasi tentang norma, jalinan pekerja dan masyarakat (suharjinto, 2007)

Penelitian yang mendukung dalam hipotesis ini yaitu penelitian Nurlala dan Islahuddin menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada nilai perusahaan

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh Positif terhadap nilai perusahaan

3) *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel yang memoderasi Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

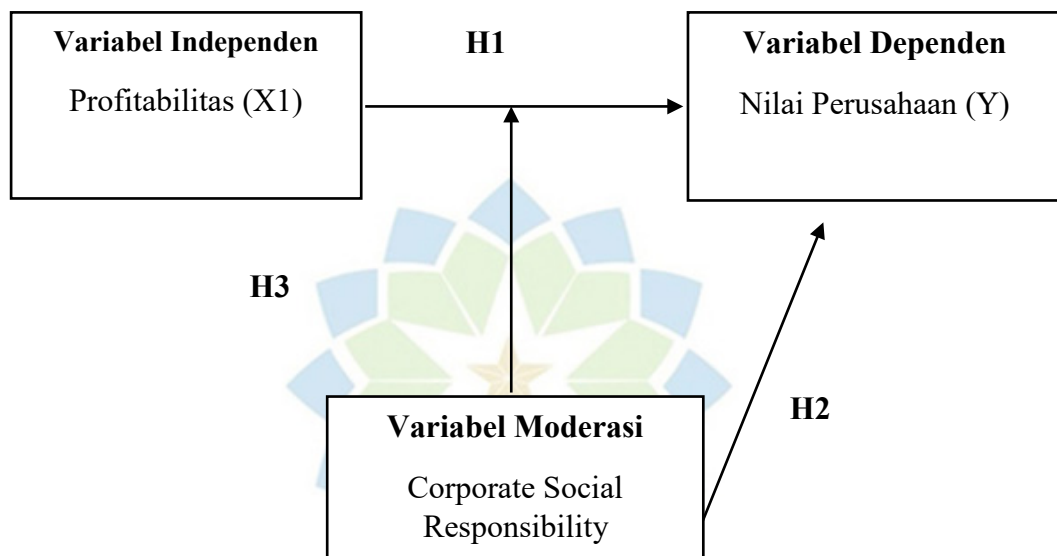
Corporate Social Responsibility ialah prosedur dimana organisasi secara bebas memasukkan isu isu lingkungan sosial kedalam operasi mereka dan berinteraksi dengan *stakeholders* (Rika,2010). Profitabilitas perusahaan yakni kepiawaian perusahaan ketika mengeluarkan laba bersih melalui tindakan yang diambil selama kurun waktu tertentu. Profitabilitas merupakan estimasi penting bagi investor saat mengambil kepastian sebelum melakukan investasi. Pengungkapan CSR tercermin dalam kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dalam meninggikan nilai perusahaan secara terus menerus, perusahaan mesti focus pada ekonomi, sosial dan lingkungan (Raningsih & Artini, 2018)

Semakin baik kinerja perusahaan dalam melengkapi tanggung jawab sosialnya (lingkungan, sosial, masyarakat) dapat meningkatkan keuntungan perusahaan.

Laksmi dan suputra (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa CSR sebagai Variabel moderasi dapat berpengaruh positif Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

H3: CSR memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang akan dijadikan referensi ialah:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul Skripsi dan Jurnal	Analisis Perbandingan		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
1	Ayu Suarjaya	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di JII 2011-2015	Variabel Independen (Profitabilitas) Variabel Dependen (Nilai Perusahaan) Variabel Moderasi (CSR)	Variabel Independent menggunakan ROA, Variabel dependen menggunakan Tobins Q	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan .CSR memperkuat antara ROA dan nilai perusahaan .

2	Meivia Rachmawati	<p>Pengaruh Profitabilitas, Leverage terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel mediasi Pada perusahaan pertanian Sub Sektor perkebunan yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018</p>	<p>Variabel Independen menggunakan Profitabilitas Variabel dependen menggunakan nilai perusahaan</p>	<p>Variabel Independent yang digunakan adalah ROA, Variabel moderasinya Tobins'Q</p>	<p>Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR. Leverage tidak berpengaruh terhadap CSR, Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. CSR tidak memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan</p>
---	-------------------	--	--	--	---

3	Yensi Febya Apriyan	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi (Studi Empiris pada perusahaan manufaktur sektor Property dan real Estate yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2015)	Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)	Variabel Independen yaitu Profitabilitas. Variabel Moderasi yaitu CSR	ROA tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. NPM dapat memoderasi pengaruh hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. ROE tidak dapat memoderasi pengaruh hubungan CSR terhadap nilai perusahaan
---	---------------------	---	--------------------------------------	---	---

Sumber : Data diolah Peneliti,2021

Berikut Penjelasan penelitian terdahulu :

Pada penelitian Rachmawati (2019) ada kesamaan dengan penelitian ini yakni Variabel Independen diwakili oleh profitabilitas dan variabel dependen diwakili *Corporate Social Responsibility*. Namun terdapat perbedaan yaitu dalam pengukuran profitabilitas, dalam penelitian ini diukur dengan ROA dan objek penelitiannya dalam Indeks SRI KEHATI periode 2015-2019.

Pada Penelitian Ayu dan Suarjaya (2017) ada kesamaan dalam variabel independen dan dependen, yang di mana variabel independen di proksikan dengan profitabilitas dan variabel dependen yakni nilai perusahaan.

Berikut Penjelasan penelitian terdahulu :

Pada Penelitian Ayu dan Suarjaya (2017) ada kesamaan dalam variabel independen dan dependen, yang di mana variabel independen di proksikan dengan profitabilitas dan variabel dependen yakni nilai perusahaan.

H. Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara atas pertanyaan yang bersifat spekulatif, karena perlu diuji . Hubungan antara variabel memiliki hipotesis:

1) Hipotesis 1

Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2) Hipotesis 2

Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3) Hipotesis 3

CSR memperkuat dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

