

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia bisnis pada era industrialisasi telah mengalami perkembangan secara pesat seiring berjalannya waktu, perusahaan berlomba-lomba untuk mewujudkan misi dan tujuan yang ditetapkan dari awal guna menghasilkan laba dan keuntungan yang besar. Perusahaan memiliki tujuan utama dalam melaksanakan usahanya yaitu untuk memaksimalkan keuntungan atau kekayaan, terutama bagi pemegang sahamnya, sehingga nilai pasar dapat meningkat atas harga saham perusahaan yang bersangkutan (Tika 2012). Maka dari itu, untuk memenuhi kepentingan, perusahaan perlu menampilkan nilai-nilai dan performa yang baik guna menarik para pihak-pihak yang dapat mendorong kemajuan perusahaan seperti pemegang saham. Nilai perusahaan akan menampakkan citra perusahaan, bagaimana kesehatan dan kinerja dari perusahaan, dan melihat jika perusahaan tergolong ke dalam perusahaan yang sehat, yang artinya kondisi keuangan, produktivitas, serta manajemennya sudah tergolong baik atau tidak. Salah satu faktor penting bagi kelangsungan perusahaan adalah nilai perusahaan, yang dimana akan dilihat semakin meningkatnya nilai perusahaan, maka semakin tinggi juga kemakmuran bagi pemilik perusahaan (Wiagustini 2010).

Nilai perusahaan digambarkan melalui harga pasar saham perusahaan, karena melalui harga saham akan dicerminkan penanaman dari modal para investor atas efek ekuitas dari perusahaan (Gultom, Agustina, and Wijaya 2013). Fenomena yang terjadi pada perusahaan tambang ADRO pada tahun 2017 diketahui bahwa perusahaan tersebut mengalami penurunan harga saham meskipun kinerja yang dihasilkan perusahaan dinyatakan baik. Kinerja ADRO pada tahun tersebut dinyatakan naik 29% dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu naik menjadi US\$3,2 miliar serta pendapatan yang turut mengalami peningkatan sebesar 45% menjadi US\$483 juta. Meskipun kinerja dan labanya mengalami peningkatan, harga saham ADRO pada tahun 2017 mengalami penurunan sampai dengan 4% per 8 April 2018. Penurunan harga saham ini terjadi akibat dari harga minyak global yang mengalami penurunan drastis pada tahun tersebut, berdasarkan Bloomberg, American

Petroleum Institute juga disebutkan bahwa seminggu sebelumnya persediaan minyak mentah mengalami peningkatan hingga 5,66 juta barel (www.bareksa.com). Hal ini memengaruhi harga saham pada perusahaan tambang pada tahun tersebut yang dimana hampir semuanya ikut mengalami penurunan juga.

Terdapat sejumlah elemen yang menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan yaitu dengan melihat struktur modal milik perusahaan, pengukuran perusahaan, pertumbuhan dari perusahaan, dan tingkat profitabilitas. Profitabilitas sendiri merupakan ukuran seberapa mampu suatu perusahaan menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Setiap perusahaan tentunya memiliki ambisi kuat untuk melangsungkan kemakmuran perusahaannya, dan menghasilkan profit atau keuntungan yang besar merupakan salah satu komponen yang dibutuhkan dalam mewujudkan hal tersebut. Dengan memiliki profit besar, maka perusahaan dapat menarik minat investor untuk menanamkan investasi, perusahaan juga seiring dapat meningkatkan kinerjanya karena bila laba perusahaan tinggi maka kinerja perusahaan juga seiring meningkat, dengan begitu hal ini akan mendorong naiknya nilai dari suatu perusahaan. Dalam profitabilitas akan ditunjukkan besarnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan yang dimana pengukuran profit itu sendiri terdiri dari margin laba kotor (GPM), margin laba bersih (NPM), rasio pengembalian aset (ROA), rasio pengembalian ekuitas (ROE), rasio pengembalian penjualan (ROS), rasio pengembalian investasi (ROI), *dividend per share* (DPS) dan *earning per share* (EPS).

Faktor lain yang memacu peningkatan nilai perusahaan yaitu dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR sendiri merupakan sebuah tindakan atau aktivitas perusahaan sebagai pelaku bisnis untuk melakukan pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dalam situasi ini, perusahaan akan memperhatikan dampak dari kegiatan usahanya dan melakukan pertanggungjawabannya dengan cara meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar secara positif. Pada zaman sekarang, perusahaan tidak saja sekedar bertujuan untuk mencari laba dan keuntungan internal semata, melainkan berperan aktif dengan terjun langsung ke dalam masyarakat dan lingkungan sekitarnya merupakan hal yang penting untuk dilakukan juga. Dengan menerapkan

CSR secara efektif, maka dalam melangsungkan usahanya perusahaan juga dapat menghasilkan dampak yang baik serta memberikan kesan yang positif kepada masyarakat, selain itu juga hal ini bisa menjadi cerminan sebagai perusahaan yang baik sehingga pemegang saham dan investor akan terdorong untuk melakukan investasi pada perusahaan. Penerapan CSR pada beberapa jenis perusahaan merupakan suatu kewajiban yang harus diterapkan, khususnya pada perusahaan yang cenderung memberikan dampak buruk terhadap lingkungannya seperti perusahaan tambang. Dalam hal ini perusahaan tambang diketahui setiap melakukan kegiatan operasionalnya yaitu melakukan pengambilan sumber daya untuk perusahaannya, perusahaan tambang melakukan hal yang sangat riskan dan berpotensi merusak sumber daya alam di lingkungan pertambangan. Terdapat banyak kasus dimana perusahaan lalai dan tidak bertanggungjawab setelah melakukan eksploitasi lingkungan, yaitu dengan meninggalkan limbah yang merusak lingkungan, melakukan kegiatan tambang tanpa izin dari lingkungan dan wilayah sekitar, serta kegiatan operasional lain yang justru merugikan pihak-pihak yang bermukim di sekitar wilayah tambang. Maka dari itu pemerintah menetapkan bahwa perusahaan yang berputar pada sektor pertambangan wajib menjalankan kegiatan CSR.

Penerapan CSR sendiri tertulis dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disebutkan bahwa CSR dibatasi kepada perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di aspek yang memanfaatkan sumber daya alam. Dalam hal ini berarti perusahaan akan menganggarkan sebagian dari pendapatan usaha dan melakukan pertanggungjawaban kepada lingkungan dan masyarakatnya. Terutama bagi perusahaan yang melibatkan sumber daya alam dalam proses produksinya, maka undang-undang ini wajib untuk diterapkan dan akan diberikan sanksi bila dilanggar. Chairiri dan Ghozali (2007) menyebutkan bahwa bila perusahaan melakukan CSR maka akan mendorong peningkatan nilai perusahaan sebab pada teori *stakeholder* ditekankan bahwa perusahaan yang baik akan melakukan pertanggungjawaban terhadap pihak *stakeholder* dalam bentuk melakukan pengungkapan CSR sebagai dampak dari keberadaan perusahaan. Maka dari itu, bila perusahaan dapat melakukan penerapan CSR dengan baik, maka hal ini dapat menghasilkan kepuasan bagi pihak pemegang saham. Jika perusahaan

dapat mempertahankan kepuasan tersebut, maka nilai perusahaan dapat dilihat baik di mata pemegang saham dan *stakeholders*.

Konsep Carroll dalam (Mul Khan and Pratama 2011) menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR harus memandang dari beberapa aspek, yang terdiri dari aspek hukum, ekonomi, etika, dan kontribusi dalam isu sosial yang dimana dari aspek tersebut akan membawa hasil kepada bagaimana perusahaan memberikan kontribusinya dalam melakukan tanggungjawabnya ke masyarakat sekitar. Dalam teori legitimasi disebutkan bahwa perusahaan harus mampu menyesuaikan dirinya terhadap sistem nilai yang telah diterapkan di masyarakat (Lestari 2021). Teori ini berfokus kepada hubungan antara perusahaan dan masyarakat, yang dimana terdapat perjanjian antara kedua belah pihak, seperti perusahaan akan melaporkan aktivitas sosialnya agar dapat membangun kepercayaan dari masyarakat, dengan begitu nilai perusahaan di publik tetap terjaga dengan baik. Sementara itu pada konsep teori keagenan berpusat pada hubungan antara manajemen perusahaan dengan investornya, yang dimana manajemen sebagai agen dan investor atau pemilik saham sebagai prinsipal. Pada kondisi ini kontrak antara pemegang saham dan manajer dipisahkan, yang dimana akan menyebabkan konflik keagenan antara kedua pihak. Pihak perusahaan sebagai pemilik informasi dan memiliki kontrol yang lebih besar atas manajerial sehingga akan memiliki kesempatan untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih besar pula. Jika pihak perusahaan memiliki kontrol yang lebih dominan, maka hal ini akan membantu untuk mengatasi permasalahan agensi karena bila pihak manajemen memiliki saham yang lebih besar maka dapat lebih mudah juga untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan begitu berdasarkan teori ini konflik kepentingan dapat dikurangi karena bila pihak manajemen mengambil alih kekuasaan, maka kepentingan perusahaan juga menjadi hal utama untuk diperhatikan.

Penelitian tentang pengungkapan pertanggungjawaban sosial ini juga sudah pernah disebutkan oleh beberapa peneliti terdahulu (Dewi dan Suputra 2019), (Ayu dan Suarjaya 2017), dan (Dzikir, Syahnur, dan Tenriwaru 2020) dapat disimpulkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan CSR dengan nilai perusahaan memiliki arah yang positif. Namun pada penelitian (Muliani, Novitasari, and Saitri 2018)

disebutkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh dan juga pada penelitian (Wulandari and Wiksuana 2017b) disebutkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu pada penelitian ini akan diteliti lebih lanjut apakah profitabilitas dan CSR sebenarnya memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan atau tidak.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Return on Asset* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return on Asset* terhadap Nilai Perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian maka diharapkan dapat menghasilkan manfaat seperti:

1. Manfaat Teoritis

Dapat menghasilkan buah-buah pikiran dan wawasan yang baru dibandingkan dari penelitian-penelitian sebelumnya, mampu memberikan manfaat guna menambah pengetahuan khususnya dalam topik yang diteliti, yaitu menguji hubungan antara CSR, NPM, ROA dan Nilai Perusahaan bagi perusahaan, pihak investor, serta lingkungan dan masyarakatnya.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Menjadi referensi dan pertimbangan untuk perusahaan yang belum menerapkan CSR pada kegiatan usahanya, dengan adanya penerapan CSR maka diharapkan dapat mendorong perkembangan kinerja dan nilai perusahaan terutama dari pihak eksternal, seperti membangun kepercayaan masyarakat dan menarik investor luar untuk melakukan investasi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bermanfaat untuk peneliti selanjutnya yaitu dengan memberikan kontribusi dalam mengembangkan teori serta wawasan yang memiliki hubungan dengan nilai perusahaan, NPM, ROA, dan CSR terutama bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.