

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi telah membawa dunia usaha saat ini berkembang semakin pesat. Perkembangan dunia usaha yang pesat tentunya menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan (Oktavia dkk, 2017). Perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi, umumnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga berusaha meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemiliknya serta meningkatkan kepercayaan pasar pada prospek perusahaan dimasa mendatang (Octaviany dkk, 2019). Salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan yaitu nilai perusahaan. Nilai perusahaan ini mempunyai nilai penting dimata masyarakat pada umumnya, khususnya investor karena dengan nilai perusahaan tersebut memberikan rasa kepercayaan dalam melakukan investasi (Kamila dan Abrar, 2018). Penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa (Lestari dan Ayu, 2016).

Nilai perusahaan merupakan nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Selain keberhasilan, perusahaan juga bertujuan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham. Harga saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi pada pemegang saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Sucipto dan Sudiyanto, 2018:163). Nilai perusahaan yang tinggi juga digunakan sebagai strategi

kompetitif yang memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Investor yakin dengan tingginya nilai perusahaan mereka akan mendapatkan return yang diinginkan (Nita dkk, 2015).

Adapun fenomena yang terjadi pada PT Bekasi Fajar Industrial Estate ini yaitu terjadinya laba yang meningkat namun disertai dengan harga saham yang menurun ini dikarenakan perusahaan lebih mengutamakan peningkatan penjualan perseroan seperti penjualan kawasan industry, infrastruktur dan jasa pelayanan karena pada tahun 2015 perusahaan mengalami kejatuhan penjualan lahan industri hal tersebut yang menyebabkan turunnya harga saham dari tahun ke tahun (Swan Mie, Direktur Perusahaan BEST).

Pada dasarnya tujuan utama perusahaan untuk mendapatkan laba seoptimal mungkin. Semakin baik kinerja keuangan perusahaan, itu artinya semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, dengan sendirinya akan dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam melakukan investasi. Setiap investor tentunya mengharapkan keuntungan dari investasi yang dilakukannya (Hanna, 2014).

Profitabilitas menunjukkan efektifitas perusahaan dalam menghasilkan tingkat keuntungan dengan serangkaian pengelolaan asset yang dimiliki perusahaan, sehingga profitabilitas mampu untuk mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Pertiwi dkk, 2016). Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya (Stevani dkk, 2017). Keuntungan yang dibagikan kepada para pemegang saham berupa

keuntungan setelah perusahaan memenuhi kewajiban tetapnya seperti bunga dan pajak (Wati dan Itsna, 2015).

Profitabilitas perusahaan dapat dihitung menggunakan ROE (*return on Equity*), dengan membagi laba bersih setelah pajak (*earnings after tax*) dengan modal sendiri. Semakin tinggi ROE maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan akan membuat profitabilitas perusahaan tinggi. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan (Sri dan Nugroho, 2016).

Adapun fenomena profitabilitas yang terjadi pada perusahaan dengan kode CTRA meraih laba bersih Rp 894 miliar sepanjang tahun 2017. Perolehan ini turun 12 persen dibandingkan tahun 2016. Namun, penurunan ini disebabkan lantaran perbedaan waktu atas pengakuan penjualan dan berdampak pada pengalokasian dana perusahaan (Candra Ciputra, Direktur Utama CTRA).

Di Indonesia, penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dijadikan program wajib disetiap perusahaan dengan diberlakukannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012, tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas (PT) secara tegas mewajibkan setiap perusahaan untuk menyelenggarakan CSR. Pada bab V Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) mengatur mengenai Perseroan Terbatas (PT) yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Tanggung jawab *social* atau *Corporate Social Responsibility* merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat terus berjalan tanpa ada protes atau masalah yang timbul karena kurang memperhatikan lingkungan (Lastanti dan Salim, 2015). Jika suatu perusahaan peduli terhadap *social* dan lingkungannya, maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra dan pengaruh perusahaan, dan menurunkan biaya operasi perusahaan, dan tentunya semuanya itu bisa meningkatkan keuntungan (*profit*) perusahaan (Hamdani dan Suci, 2016). Dengan kata lain, CSR juga dipandang sebagai tolak ukur untuk reputasi suatu perusahaan. Seberapa jauh suatu CSR perusahaan akan berpengaruh pada reputasi perusahaan itu (Prilly dkk, 2016).

Pelaksanaan CSR oleh perusahaan diharapkan para stakeholder memiliki pandangan positif terhadap perusahaan dan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Fauziah dkk, 2016). Sehingga CSR menjadi salah satu hal yang diperhatikan investor ketika akan berinvestasi di sebuah perusahaan. Keputusan investasi menjadi aspek yang menentukan apakah pemegang saham akan berinvestasi dalam perusahaan tersebut atau tidak (Ardianti, 2016).

Adapun fenomena yang terjadi, di tahun 2016-2017 aktivitas *coporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan PT Bekasi Fajar Industrial Estate Tbk. (BEST) sudah diterapkan dengan baik sehingga mengalami peningkatan

namun pada tahun yang sama diikuti dengan terjadinya penurunan nilai perusahaan. Turunnya nilai perusahaan ini terjadi karena pada tahun 2016 harga saham dan perekonomian global yang mengalami perlambatan (Marzuki Usman, Komisaris Utama).

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Nadya dan Ida (2018) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Hanna (2014) menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) terbukti berpengaruh terhadap profitabilitas. Dan penelitian yang dilakukan Wiwin dkk (2018) Profitabilitas dapat memediasi hubungan pengaruh Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan fenomena di atas dan dari peneliti sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening* (Survei pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka identifikasi masalah yang dapat disimpulkan dan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga saham mengalami penurunan dari tahun 2015 disebabkan perusahaan mengutamakan penjualan perseroan.

2. Laba bersih mengalami penurunan pada tahun 2017.
3. Perlambatan ekonomi dan harga saham mengalami penurunan pada tahun 2016.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka peneliti dapat menuliskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar aktivitas *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Profitabilitas (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).
2. Seberapa besar Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).
3. Seberapa besar *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening* (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Akademis

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terutama yang berkaitan dan ntuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Resposibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening* (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018).
2. Bagi Pengembangan Ilmu Akuntansi
Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dan dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang berguna khususnya pada bidang ilmu akuntansi.