

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Citra perusahaan adalah suatu kesan dari perusahaan yang ditimbulkan kepada perusahaan lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya (Purba, 2017:1). Perusahaan memerlukan citra yang baik karena citra perusahaan merupakan aset yang utama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Semakin berkembangnya perusahaan juga akan menimbulkan berbagai macam permasalahan sosial serta kerusakan lingkungan yang dapat terjadi. Ketika persaingan bisnis meningkat, seringkali perusahaan hanya memfokuskan untuk memaksimalkan laba yang dihasilkan tanpa menyadari peningkatan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi. Oleh karena kesadaran setiap perusahaan untuk mengurangi dampak negatif yang diakibatkan oleh bisnis perusahaan, maka timbullah konsep Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut Marthin, Marthen dan Inggit (2017:112) konsep CSR pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 dimana secara sederhana CSR mewajibkan perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan kepentingan para *Stakeholder* dalam kegiatan bisnisnya. *Stakeholder* yang dimaksud yaitu para karyawan, konsumen, masyarakat, komunitas, pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat (LSM). Maka dari itu, CSR merupakan salah satu strategi yang tepat dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan. Jika citra atau reputasi perusahaan itu baik, maka akan mampu menarik perhatian bagi para investor untuk berinvestasi dalam perusahaan dan meningkatkan harga saham. Dengan meningkatnya harga saham nantinya juga akan meningkatkan nilai perusahaan karena semakin tinggi nilai saham maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

Analisis CSR didasarkan pada Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Undang-Undang ini diatur mengenai

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, maka ditentukan bahwa Perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Untuk melaksanakan kewajiban Perseroan tersebut, kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Kegiatan tersebut dimuat dalam laporan tahunan Perseroan. Dalam hal Perseroan tidak melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan maka Perseroan yang bersangkutan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Standar pengukuran CSR di Indonesia saat ini adalah GRI (*Global Reporting Initiative*) G4 (Generasi 4) yang memiliki indikator kinerja sebanyak 91 dalam kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial. GRI G4 menyatakan dalam 91 pengungkapan yang terdiri dari indikator ekonomi sebanyak 9 item, indikator lingkungan sebanyak 34 item, indikator sosial sub kategori ketenagakerjaan sebanyak 16 item, indikator hak asasi manusia sebanyak 12 item, indikator masyarakat sebanyak 11 item dan indikator produk sebanyak 9 item.

Dalam melakukan investasi, para investor memerlukan informasi-informasi mengenai perusahaan yang akan diinvestasikan. Informasi dengan data yang akurat merupakan hal yang penting bagi investor karena informasi dapat digunakan menjadi patokan para investor untuk menanamkan modalnya. Menurut Mukharomah dan Linda (2014:344), dengan adanya laporan tahunan membuat para investor tertarik untuk membaca informasi-informasi yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan memberikan informasi mengenai lingkungan, ekonomi, sosial, serta keuangan dari suatu perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat- alat analisis keuangan. Dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, dapat digunakan suatu ukuran atau tolak ukur tertentu. Biasanya ukuran yang digunakan adalah rasio. Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, maka dibutuhkan analisis rasio profitabilitas untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan (Nasution, 2018:3). Suatu perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan agar para calon investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut dan para investor yang sudah menanamkan modalnya tidak akan menarik kembali modalnya dari perusahaan.

Menurut John, Subramanyam, dan Halsey dalam Putra (2015:91-92), analisis profitabilitas memungkinkan perusahaan dalam mengestimasi pengembalian dan karakteristik dari suatu perusahaan dengan lebih baik serta membedakan antara kinerja yang terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, *Earning per Share (EPS)*, dan *Net Profit Margin (NPM)*.

Semakin tinggi nilai ROA maka akan semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Semakin meningkatnya ROA juga akan menunjukkan semakin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya. ROE suatu perusahaan idealnya stabil atau terus berkembang dari tahun ke tahun. Para investor bisa menilai bagaimana perusahaan menjalankan bisnisnya dengan melihat rasio ROE. Semakin tinggi perhitungan ROE maka akan semakin baik pula reputasi perusahaan di mata investor. EPS merupakan representasi dari jumlah uang yang diterima oleh setiap pemilik saham atas setiap lembar yang mereka miliki. Jika perusahaan dapat meningkatkan revenue yang tinggi maka angka EPS pun akan tinggi. Dan juga sebaliknya, jika nilai EPS tinggi maka revenue yang akan didapatkan perusahaan pun akan semakin tinggi. NPM menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan dalam mengubah penjualannya menjadi laba. Perusahaan yang menghasilkan

keuntungan lebih besar per nilai dari penjualan berarti lebih efisien. Efisiensi itu membuat perusahaan lebih mungkin bertahan ketika lini produk tidak memenuhi harapan.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi para investor secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Rasio yang digunakan dalam meneliti nilai perusahaan adalah rasio *Price to Book Value* (PBV). PBV adalah nilai aset suatu perusahaan yang tertulis dalam laporan keuangan dan dihitung dengan cara dikurangi dengan kewajiban perusahaan. Dengan kata lain PBV akan menunjukkan apa yang akan di dapatkan oleh para investor setelah perusahaan melunasi hutangnya.

Menurut Kementrian Perindustrian Republik Indonesia (www.kemenperin.go.id, 2019), Perusahaan subsektor *food and beverages* merupakan salah satu sektor andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Perusahaan subsektor *food and beverages* selalu memproduksi banyak barang di setiap harinya karena sifatnya yang sangat cepat untuk diproduksi oleh masyarakat. Maka perusahaan subsektor *food and beverages* menjadi poin penting dalam kehidupan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Adapun alasan memilih perusahaan sektor *food and beverages* sebagai objek penelitian adalah karena berdasarkan *statement* dari Kementrian Perindustrian Republik Indonesia diatas, perusahaan ini merupakan perusahaan yang menjanjikan untuk diinvestasikan. Industri ini termasuk industri yang memiliki pelanggan tetap atau orang-orang yang selalu mengkonsumsi dan menggunakan produk dari perusahaann-perusahaan ini. Selain itu industri ini memiliki kontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dalam negara.

Tabel 1.1 Laju PDB Industri *Food and Beverages* tahun 2010-2021

| Laju PDB Industri <i>Food and Beverages</i> (dalam persen) | |
|---|------------|
| Tahun | Persentase |
| 2012 | 10,33 |
| 2013 | 4,07 |
| 2014 | 9,49 |
| 2015 | 7,54 |
| 2016 | 8,33 |
| 2017 | 9,23 |
| 2018 | 7,91 |
| 2019 | 7,78 |
| 2020 | 1,58 |
| 2021 | 2,54 |
| Rata-rata | 6,88 |

Sumber: Data diolah dari Badan Pusat Statistik, 2022.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa industri *food and beverages* tetap tumbuh setiap tahunnya walaupun kadangkala tetap mengalami penurunan terkhususnya pada saat masa pandemi covid-19. Jika dilihat pada rata-rata laju pertumbuhan dalam tahun 2012-2021, industri ini mengalami pertumbuhan sebesar 6,88%. Capaian tersebut termasuk baik karena menunjukkan pertumbuhan terus mengarah ke nilai positif. Sehingga diperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia akan terus mengalami kenaikan di tahun-tahun seterusnya. Berdasarkan informasi data tersebut, akan menjadi pertimbangan para investor untuk berinvestasi di perusahaan subsektor ini karena perusahaan tersebut merupakan perusahaan-perusahaan yang menjanjikan untuk diinvestasi.

Sebelum penelitian ini dilakukan terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai CSR terdapat 5 Peneliti yang menyatakan CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Karina dan Iwan (2020), Dzikir, Syahnur, dan Tenriwaru (2020), Putri dan Budiyanto (2018), Lee (2019), Chen dan Lee (2017), Serta terdapat 2 Peneliti yang menyatakan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai

perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Puspaningrum (2017), Putri, Made, dan Bambang (2015). Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai Profitabilitas terdapat 3 Peneliti yang menyatakan Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nurahman, Diamonalisa, dan Edi (2017), Purwanti (2020), Suchiachi dan Jay (2016), Serta terdapat 2 Peneliti yang menyatakan Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ananda (2017), Robiyanto, Ilma, Harijono, dan Komala (2020).

Maka dari itu diperlukan penelitian selanjutnya untuk menjawab kesenjangan dari penelitian-penelitian tersebut, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2021.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan ruang lingkup tersebut maka masalah yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021?
2. Apakah *Return on Assets* (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021?
3. Apakah *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021?
4. Apakah *Earning per Share* (EPS) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021?

5. Apakah *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021?
6. Apakah CSR, ROA, ROE, EPS dan NPM berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Profitabilitas (*Return on Assets*, *Return on Equity*, *Earning per Share*, *Net Profit Margin*) terhadap Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*) di Sub Sektor *Food and Beverage* pada periode tahun 2012-2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Earning per Share* (EPS) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021

6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh CSR, ROA, ROE, EPS dan NPM terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman) tahun 2012-2021

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat dirasakan oleh peneliti, perusahaan, maupun investor dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengetahui dengan menganalisis apakah terdapat pengaruh yang positif dari CSR dan Profitabilitas (*Return on Assets, Return on Equity, Earning per Share, dan Net Profit Margin*) terhadap Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*)

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat memberikan pendapat tentang pentingnya suatu perusahaan dalam mengelola potensi-potensi sosial, lingkungan, serta ekonomi sehingga nantinya akan tercapainya kemajuan perusahaan.

3. Bagi Investor

Investor diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi yang dapat digunakan ketika ingin berinvestasi, dan juga penelitian ini dapat digunakan oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan.