

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak era reformasi, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *corporate social responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu konsep bahwa suatu organisasi khususnya perusahaan memiliki tanggung jawab sosial kepada seluruh pemegang saham, konsumen, karyawan, komunitas dan lingkungan yang mencakup seluruh aspek operasional yang termasuk dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Dengan harapan perusahaan akan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Mukharomah dan Kesumaningrum, 2014).

Adanya penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* itu akan menumbuhkan image yang baik bagi perusahaan sehingga menciptakan penilaian yang positif bagi para pemangku kepentingan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* diungkapkan oleh perusahaan melalui laporan tahunan (*annual report*) yang dapat memberikan poin lebih kepada perusahaan karena investor lebih tertarik dalam melakukan investasi kepada perusahaan yang melakukan kegiatan operasional dengan tujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders*, tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap lingkungan dan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya. (Lastanti & Salim, 2018).

*Corporate Social Responsibility* bukan hanya berfokus pada kegiatan amal atau pun hanya sekedar melakukan perbuatan baik, namun suatu perusahaan harus bersunggu-sungguh dan mempertanggung jawabkan dengan apa keputusan yang diambil dan memperhitungkan seluruh akibat terhadap seluruh pemangku

kepentingan (*stakeholder*) selain itu juga lingkungan hidup juga termasuk di dalamnya. Dalam hal ini perusahaan diharapkan bisa menyeimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan eksternal maupun internal yang salah satunya merupakan pemegang saham (Abdullah dan Hamid, 2017).

Informasi merupakan hal penting untuk investor maupun calon investor dalam mengambil keputusan. Dibutuhkannya informasi data yang akurat serta tepat waktu itu sangat mendukung para investor dan calon investor untuk dapat mengambil keputusan secara rasional agar hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Investor tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*). Salah satu informasi-informasi yang diungkapkan oleh perusahaan/emiten adalah *Return On Asset* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Simanjuntak, 2016).

*Return on assets* atau tingkat keuntungan yang diperoleh dari aset yang dimiliki perusahaan adalah salah satu indikator penting untuk menilai tingkat profitabilitas atau kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan. *Return on assets* (ROA) adalah satu dari sekian banyak indikator yang biasa dipakai oleh investor, direksi, kreditur, calon investor, analis, dan pihak lainnya dalam menilai kinerja sebuah perusahaan, khususnya seberapa efisien perusahaan menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Sejumlah investor pasar modal menggunakan indikator ROA sebagai salah satu sebagai indikator utama sebelum mengambil keputusan investasi, yaitu membeli saham perusahaan terbuka. Indikator ini biasanya ditunjukkan dengan simbol persentase (Rilla Gantina, 2016).

*Return On Asset* (ROA) digunakan untuk menilai seberapa baik kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari pemanfaatan aset yang dimilikinya. Dengan kata lain, semakin baik (tinggi) nilai *return on asset* (ROA) suatu perusahaan, semakin baik pula kinerjanya dalam menghasilkan laba bersih. Laba bersih yang dimaksud di sini adalah laba setelah pajak (*earnings after tax*) atau di dalam laporan keuangan sering juga disebut sebagai laba tahun berjalan

(*profit for the period*). Semakin meningkatnya ROA itu berarti perusahaan tersebut berhasil mengelola asetnya dengan baik, kemudian informasi tersebut diungkapkan kedalam laporan keuangan dan laporan tahunan yang menajd pertimbangan para investor sebelum menanamkan modalnya. (Primady & Wahyudi, 2015).

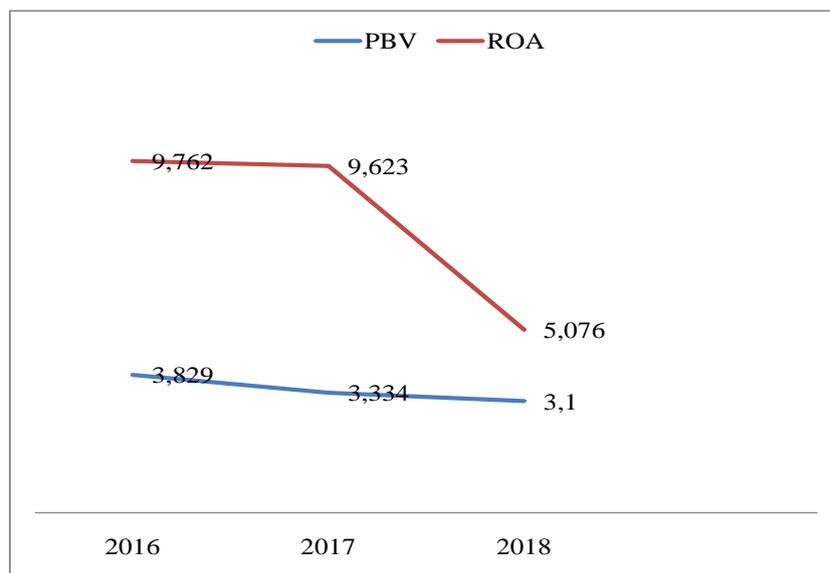
Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Pihak-pihak yang berkepentingan dalam perusahaan dibagi menjadi dua yaitu pihak internal dan pihak eksternal. Yang termasuk dalam pihak internal perusahaan adalah direktur, manajer dan karyawan sedangkan salah satu pihak eksternal yang memiliki kepentingan dalam perusahaan salah satunya adalah investor. Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat (Putra, Kristanti dan Yudowati, 2017).

Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio *Price to Book Value* (PBV). *Price Book Value* (PBV) memberikan perkiraan nilai suatu perusahaan apabila diharuskan untuk likudasi. PBV adalah nilai aset suatu perusahaan yang tercantum dalam laproan keuangan dan dihitung dengan cara mengurangi keewajiban perusahaan dari asetnya. Dengan kata lain, PBV ini dapat menunjukkan apa yang akan didapatkan oleh pemegang saham setelah perusahaan terjual dan semua hutangnya telah dilunasi. PBV membantu investor untuk membandingkan nilai pasar atau harga saham yang mereka bayar persaham dengan ukuran nilai suatu perusahaan. Selain itu juga informasi data tersebut bisa menjadi pertimbangan para investor untuk dapat mengambil keputusan dalam berinvestasi saham di perusahaan tersebut (Ariono & Afifudin, 2017).

**Tabel 1.1 Rata-Rata ROA dan PBV**  
**Perusahaan Subsektor *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI)**

KETERANGAN	PBV			ROA		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
<b>JUMLAH</b>	38,29	33,34	31	97,62	96,23	50,76
<b>RATA-RATA</b>	3,829	3,334	3,1	9,762	9,623	5,076

Sumber: Data diolah dari [www.idx.com](http://www.idx.com) tahun 2016-2018



**Gambar 1.1 Rata-Rata PBV dan ROA Perusahaan SubSektor *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI)**

Tabel 1.1 menunjukkan nilai rata-rata ROA dan PBV pada tahun 2016-2018 pada perusahaan subsektor *food and beverage*. Data diatas menunjukkan fenomena dimana pada tahun 2018, ROA mengalami penurunan yang signifikan sedangkan PBV mengalami penurunan yang tidak begitu signifikan, hal ini bertentangan dengan Teori signaling. Penggunaan teori signaling dapat memberi

informasi berupa ROA atau tingkat pengembalian terhadap aset atau juga seberapa besar laba yang didapat dari aset yang digunakan. Dengan demikian jika ROA tinggi maka akan menjadi sinyal yang baik para investor. Karena dengan ROA tinggi menunjukkan kinerja keuangan perusahaan tersebut baik maka investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya yang berupa surat berharga atau saham. Dapat dilihat juga sepanjang tahun 2016-2018 ROA dan PBV mengalami penurunan sepanjang tahunnya.

Berdasarkan informasi data tersebut dapat menjadi pertimbangan para investor untuk dapat mengambil keputusan dalam berinvestasi saham di perusahaan tersebut (Wahyuningsih & Widowati, 2016).

Perusahaan subsektor *food and beverage* merupakan salah satu bidang industri yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Hal tersebut dikarenakan perusahaan subsektor *food and beverage* merupakan industri yang sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok dan untuk menjamin keberlangsungan hidup seluruh masyarakat di belahan dunia manapun. Perusahaan subsektor *food and beverage* di Indonesia juga memperlihatkan suatu indikasi yang positif dalam pasar modal, hal ini ditunjukkan dengan seiring berjalannya waktu semakin banyak munculnya perusahaan *food and beverage* yang menjadi perusahaan *go public* (Primady & Wahyudi, 2015).

Barang dari perusahaan subsektor *food and beverage* diproduksi dalam jumlah dan skala yang banyak dan besar karena sifatnya yang sangat cepat digunakan oleh masyarakat. Tentu saja dampak positifnya, perusahaan-perusahaan di subsektor ini banyak mendapat perhatian dari para investor, karena perusahaan tersebut merupakan perusahaan-perusahaan yang menjanjikan untuk melakukan kegiatan investasi, para investor tentunya sangat tertarik untuk menginvestasikan dananya di perusahaan subsektor *food and beverage*, sebab tren pasar barang konsumsi di Indonesia meningkat setiap tahunnya (Wahyuningsih & Widowati, 2016).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Return On Asset (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan Pada**

## **Perusahaan SubSektor *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018.**

### **1.2 Perumusan Masalah**

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

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan subsektor *food and beverage* Tahun 2016-2018?
2. Bagaimana pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan subsektor *food and beverage* Tahun 2016-2018?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Return On Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* Tahun 2016-2018?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Penelitian ini hanya menganalisis pada perusahaan *consumer goods* subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI, dengan periode pengamatan 2016-2018. Penelitian ini mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Return On Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan subsektor *food and beverage* Tahun 2016-2018?
2. Untuk mengetahui apakah *Return On Asset* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan subsektor *food and beverage* Tahun 2016-2018?
3. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan subsektor *food and beverage* Tahun 2016-2018?

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengetahui dengan menganalisis apakah terdapat pengaruh positif dari kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Dan juga dapat mengetahui secara positif dengan menganalisis apakah terdapat pengaruh dari *Return On Asset* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Price to Book Value* (PBV).

#### 2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan saran/masukan tentang pentingnya perusahaan untuk mengelola potensi sosial dan lingkungan sehingga bisa menciptakan kemajuan perusahaan.

#### 3. Bagi Investor dan Calon Investor

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan, yang mana penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi para investor mengenai perusahaan *consumer goods* subsektor *food and beverages*.