

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Perusahaan – perusahaan di Indonesia saat ini tidak hanya memikirkan bagaimana mendapatkan laba yang besar, melainkan ada perusahaan yang memenuhi kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham atau *shareholder*. Saat ini semenjak tahun 2000 di Indonesia mulai terdengar wacana mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stake holders* atau yang yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

CSR merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinational. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan–ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya organisasi–organisasi internasional seperti OPEC, APEC, dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat disekitarnya.

Konsep mengenai CSR dikenal semenjak Industri berkembang setelah terjadinya evolusi industri. CSR dikenal secara meluas pada tahun 1950 an. Namun trobosan mengenai CSR baru dikenal beberapa tahun kemudian, hal ini dilakukan oleh John El Kington melalui konsep ”3P” (*profit, people, dan planet*) yang dituangkan dalam bukunya ” *Canibals with forks, The Triple Botton Line of Twentieth Century Business* ” yang direlease pada tahun 1997. Dalam bukunya ini

dikayakan bahwa jika perusahaan ingin bertahan, maka perusahaan tersebut perlu memperhatikan 3P yakni, bukan hanya *profit* semata yang dikejar namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*)¹. Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk meligitimasi tindakan perusahaan.²

CSR sebagai sebuah gagasan dan strategi tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).³ Kondisi keuangan suatu perusahaan dapat kita lihat berdasarkan kinerja keuangan. Semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya

¹ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*, (Fascho Publishing, 2007), p.7

² Sayekti, Yosefa, *Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Respons Coeficient* (Jakarta : FE UI, 2007)

³ Nurlela, Rika dan Islahhudin, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variable Moderating* (Jakarta, 2008)

diprosikan dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Melalui rasio-rasio keuangan tersebut dapat dilihat seberapa berhasilnya manajemen perusahaan mengelola *asset* dan modal yang dimilikinya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Kinerja keuangan memiliki keterkaitan dengan nilai perusahaan, oleh karena itu rasio seperti ROE dan ROA merupakan tolak ukur menilai kinerja perusahaan apakah perusahaan mendapatkan suatu laba. *Return on Equity* (ROE) merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Salah satu alasan utama perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham. Ukuran dari keberhasilan pencapaian alasan ini adalah angka ROE yang berhasil dicapai. Semakin besar ROE mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Hal ini berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Selain itu *Return on Asset* (ROA) merupakan salah satu indikator perusahaan yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan laba bersih dibagi total aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Selain melihat kinerja perusahaan investor juga sering melihat mengenai nilai perusahaan. Nilai Perusahaan dapat diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER). Salah satu problem yang kerap

dihadapi investor atau pelaku pasar dalam berinvestasi di saham adalah bagaimana memilih saham yang bagus dan prospektif sehingga menghasilkan profit yang maksimal. Artinya, sebagai instrumen investasi, saham yang dipilih seharusnya memiliki masa depan cerah yang terefleksi pada pertumbuhan harga saham di pasar. Jika harga saham tumbuh positif berarti investor akan memetik keuntungan investasi, tapi jika harga saham tidak tumbuh atau stagnan berarti investasi investor itu sia-sia karena nilai uang yang diinvestasikan tidak bertambah. Apalagi jika harga saham tumbuh negatif, investor justru akan menderita rugi karena nilai uangnya berkurang. Karena itu, proses memilih saham dalam berinvestasi di pasar modal merupakan tahapan yang cukup 'mengasyikkan'. Adrenalin pelaku pasar akan terpacu. Di sana tidak hanya membutuhkan proses berpikir yang cukup keras dan teliti, tapi seringkali juga melibatkan emosi atau rasa. Dalam proses memilih inilah, selalu dicari dasar pertimbangan yang logis, rasional, masuk akal dan dapat dipertanggung jawabkan. Bursa efek menyediakan banyak jenis saham yang dapat dipilih menjadi instrumen investasi. Setiap investor juga manager investasi memiliki perhitungan dan selera sendiri dalam memilih saham yang diminati. Salah satu acuan yang kerap dipergunakan oleh pelaku pasar modal dalam memilih saham adalah PER. Sesuai dengan istilahnya, PER berarti perbandingan antara harga pasar dengan laba bersih per saham atau *Earning per share* (EPS).

PER mencerminkan beberapa hal. Pertama, ia mencerminkan murah atau mahal nya harga satu saham. Jika satu saham diperdagangkan dengan PER yang tinggi berarti harga saham itu termasuk mahal. Dengan kata lain semakin tinggi

PER, semakin mahal harga sahamnya. Meski begitu bukan berarti harga yang mahal tidak diminati investor. Karena itu, yang kedua, PER juga merefleksikan tingkat kepercayaan investor atau pelaku pasar terhadap performance saham tersebut. Jika ada saham yang diperdagangkan dengan PER tinggi, tetapi tetap diminati investor artinya investor atau pelaku pasar memiliki tingkat kepercayaan kepada saham dan atau perusahaan tersebut. Ketiga, PER juga mencerminkan rentang waktu pengembalian investasi, berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk pengembalian investasi yang dilakukan.

Saat ini banyak investor yang berinvestasi selain dengan melihat kinerja dan nilai perusahaan juga melihat bagaimana tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan sekitar. Oleh karena itu biaya sosial yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja yang baik akan berkaitan dengan nilai perusahaan. Berkaitan dengan masalah yang diungkapkan diatas maka peneliti menetapkan judul skripsi ini dengan judul : ” Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Perusahaan (ROA & ROE) Terhadap Nilai Perusahaan”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dengan ini perumusan masalah dapat dinyatakan dengan:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi *Firm Value*?
2. Apakah Kinerja Perusahaan (ROA) mempengaruhi *Firm Value* ?
3. Apakah Kinerja Perusahaan (ROE) mempengaruhi *Firm Value* ?

4. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Perusahaan mempengaruhi *Firm Value* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap *Firm Value*.
2. Untuk menguji pengaruh Kinerja Perusahaan (ROA) terhadap *Firm Value*.
3. Untuk menguji pengaruh Kinerja Perusahaan (ROE) terhadap *Firm Value*.
4. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Perusahaan terhadap *Firm Value*.

1.4. Manfaat Penelitian :

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, manfaat yang diharapkan adalah

1. Bagi Peneliti

Manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini yaitu bertambahnya wawasan peneliti serta ilmu yang didapat mengenai masalah pengaruh CSR , Kinerja Perusahaan yang diproksi dengan (ROE & ROA) terhadap *Firm Value* pada perusahaan – perusahaan yang mengungkapkan CSR .

2. Bagi Lembaga :

Manfaat bagi lembaga yaitu sebagai bagian pemenuhan dan referensi atau bahan rujukan untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan maupun untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai CSR, ROA, ROE , serta *Firm Value*