

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, biasanya berkaitan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi menjadikan perusahaan sangat bernilai, yang tidak hanya meningkatkan kepercayaan perusahaan terhadap kinerja saat ini, tetapi juga meningkatkan kepercayaan terhadap prospek masa depan perusahaan. Naik turunnya nilai perusahaan bisa dilihat dari harga sahamnya. Perusahaan dengan nilai perusahaan yang lebih tinggi dianggap menguntungkan bagi pemegang saham, yang dapat menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Pada dasarnya nilai suatu perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan tersebut, karena harga pasar dari saham perusahaan tersebut mencerminkan penilaian keseluruhan dari setiap saham yang dimiliki oleh investor. Harga saham merupakan evaluasi seluruh pelaku pasar, dan harga saham merupakan ukuran kinerja manajemen perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat digantikan oleh harga saham, maka memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham.

Penurunan nilai perusahaan yang disebabkan oleh turunnya harga saham perusahaan dapat dilihat pada kasus internal perusahaan. Misalnya perusahaan PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) bergerak di bidang produksi minyak nabati. Laba bersih CEKA turun 13,75% *year-on-year* (YoY) menjadi Rp 92,65

miliar dari Rp 107,42 miliar yang dibukukan pada 2017. Di 2017, laba CEKA juga turun 56,98% year-on-year. Penyebab anjloknya laba bersih CEKA yaitu penjualan minyak sawit mentah dan turunannya di pasar domestik (internal), yang selama ini menyumbang sekitar 94,86% dari total pendapatan, tercatat turun 15,84% YoY menjadi Rp 3,44 triliun dari periode 2017 yang sebesar Rp 4,09 triliun (www.cnbcindonesia.com).

PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk (PSDN), bergerak dalam bidang pengolahan dan perdagangan produk pertanian. Harga bahan baku karet yang dihitung berdasarkan harga referensi SICOM TSR20 pada September 2018 turun 14,82% dibandingkan harga rata-rata tahun 2017. Di saat yang sama, harga beli bahan baku juga turun sehingga terjadi selisih harga bruto. keuntungan (investment.kontan.co.id).

PT. Indosari Corpindo Tbk (ROTI) Jepang bergerak di bidang pembuatan, penjualan dan distribusi roti dengan merek dagang Sari Roti. Laba per saham perseroan turun menjadi Rp19,24 dari sebelumnya Rp40,20 yang penyebabnya retur penjualan sari roti meningkat cukup tajam sehingga menyebabkan penurunan yang signifikan dari pendapatan roti, terjadinya retur karena terdapat banyak merk-merk lain dengan rasa dan rupa yang sama lebih murah (investasi.kontan.co.id)

Terjadinya perubahan saham perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain kondisi perusahaan, kondisi ekonomi dan sosial, politik nasional dan budaya masyarakat (Widiatmojo, 2009: 84). Ini menunjukkan bahwa, informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan tampaknya mempengaruhi nilai

perusahaan sehingga investor dapat memperoleh informasi tentang kinerja sosial dan lingkungan perusahaan, yang merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan ketika berinvestasi pada saham perusahaan.

Selain informasi tentang status keuangan perusahaan, salah satu informasi yang dikeluarkan perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Informasi CSR perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aktivitas manajemen yang baik. Perusahaan yang gagal memenuhi tanggung jawab sosial perusahaannya dengan baik dapat terancam oleh keberlangsungan bisnis. Misalnya pencemaran udara selama operasi pabrik, seperti hujan debu, asap tebal dan kebisingan, perusahaan semen tidak transparan kepada masyarakat karena masyarakat sekitar tidak mengetahui adanya anggaran untuk pengelolaan tanggung jawab sosial perusahaan ([http:// m-republika-rekan id](http://m-republika-rekan.id))

Situasi di atas terjadi karena kurangnya kegiatan CSR perusahaan karena adanya permasalahan pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, perusahaan dapat mengalami kerugian yang sangat besar dan berdampak pada turunnya keuntungan perusahaan, dan investor terkait juga akan mengalami kerugian. Oleh karena itu, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan keterbukaannya akan menjadi salah satu faktor yang mendukung perusahaan untuk membangun citra yang baik di mata masyarakat sekitar. Perusahaan yang mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporannya akan memberikan sinyal yang baik kepada *stakeholder* bahwa perusahaan tersebut harus dipilih sebagai lokasi investasi.

Stakeholder tersebut percaya bahwa cara terbaik untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan (yang berarti meningkatkan kekayaan para pemangku kepentingan) adalah dengan membina karyawan yang kompeten dan setia kepada perusahaan, serta memproduksi dengan harga paling kompetitif untuk memuaskan konsumen produk sesuai permintaan (Satyanugraha, 2007: 125). Selain itu, perusahaan Indonesia sangat prihatin dengan meningkatnya tekanan masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), ditambah dengan peraturan pemerintah yang membahas tentang CSR, antara lain Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Terkait tanggung jawab sosial perusahaan, Pemerintah Indonesia berupaya mengatur kewajiban perusahaan atau investor untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan cara ini, tidak ada lagi perdebatan tentang tanggung jawab sosial perusahaan.

Sanksi pidana atas pelanggaran CSR juga tertuang dalam Pasal 41 (1) UU 23 tahun tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup tahun 1997 (UUPH), yang berbunyi: "Siapapun yang melanggar hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang akan menimbulkan pencemaran dan / atau kerusakan. Pemenjaraan hingga sepuluh tahun dan denda hingga 500 juta rupiah". Selain itu, Pasal 42 (1) menetapkan: "Siapapun yang melakukan tindakan yang menyebabkan pencemaran dan / atau kerusakan lingkungan karena kelalaiannya diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda 100 juta dolar AS rupiah" (Sutopoyudo, 2009).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan gagasan yang membuat suatu perusahaan tidak lagi hanya bertanggung jawab atas status keuangannya, dan tanggung jawab perusahaan juga harus didasarkan pada konsep triple bottom line yang terdiri dari profit, people and planet (Rustiarini, 2010). Ketiga prinsip tersebut memiliki arti, yaitu tujuan usaha tidak hanya untuk mencari keuntungan (profit), tetapi juga untuk memajukan kesejahteraan masyarakat (people) dan menjamin kelangsungan hidup (planet). Oleh karena itu, dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak hanya memperhatikan aspek finansial dan profit, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, seperti polusi, limbah, kebiasaan kerja, hak asasi manusia, sosial / sosial dan tanggung jawab sosial. Ini mengarah pada keamanan produk.

Adapun dimensi-dimensi dalam tanggung jawab sosial perusahaan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Dimensi ekonomi dalam tanggung jawab sosial perusahaan

Dari perspektif ekonomi, masyarakat mengharapkan perusahaan menghasilkan barang / jasa yang menguntungkan dan menjual produk dengan harga yang wajar untuk memenuhi kebutuhan banyak pihak, termasuk karyawan, pemasok, distributor dan pemegang saham yang bergantung pada kelangsungan ekonomi (Carol, 1992). Aspek ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi, yang mempengaruhi kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional dan global.

2. Dimensi lingkungan dalam tanggung jawab sosial perusahaan

Lingkungan sangat erat kaitannya dengan semua bidang kehidupan perusahaan. Hubungan antara perusahaan dengan lingkungan bersifat kausal yaitu apabila perusahaan peduli terhadap lingkungan maka lingkungan akan bermanfaat bagi perusahaan; sebaliknya jika perusahaan merusak lingkungan maka lingkungan tidak akan memberikan manfaat kepada perusahaan.

3. Dimensi tenaga kerja dalam tanggung jawab sosial perusahaan

Salah satu dimensi tanggung jawab sosial perusahaan yang dipertimbangkan adalah terkait dengan hubungan dengan tenaga kerja, karena beberapa perusahaan akan mengungkapkan hubungan dengan tenaga kerja dan kenyamanan yang mereka terima. Perusahaan juga harus menjaga keselamatan pekerja, memperlakukan mereka dengan adil, menghormati pekerja dan berbagi kepentingan perusahaan.

4. Dimensi sosial dalam tanggung jawab sosial perusahaan

Dimensi sosial berarti bertanggung jawab secara langsung atau tidak langsung atas dampak sosial perusahaan. Inti dari tingkat sosial sebenarnya adalah *respect for people* atau menghargai orang lain

5. Dimensi produk dalam tanggung jawab sosial perusahaan

Dimensi produk merupakan salah satu variabel CSR yang harus diperhatikan karena *stakeholders* (khususnya konsumen) membutuhkan informasi tentang produk. Kegiatan perusahaan dalam pengembangan produk tidak hanya diperhatikan oleh manajemen, tetapi juga oleh investor (Saleh, 2010). Produk merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam

meningkatkan kinerja keuangannya, sehingga produk yang dihasilkan harus memiliki kualitas, keamanan dan inovasi yang tinggi.

Penelitian ini menggunakan sektor industri barang konsumsi karena penelitian-penelitian sebelumnya masih sedikit yang menggunakan sektor industri barang konsumsi. Adapun sub dari sektor industri barang konsumsi yaitu industri makanan dan minuman, industri kosmetik dan kebutuhan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi dan industri alat rumah tangga.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini, dengan mengidentifikasi hal-hal yang terkait dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative), digunakan lima indikator pengungkapan yaitu: ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, masyarakat dan produk dalam perusahaan. Global Reporting Initiative (GRI) adalah jaringan berbasis organisasi yang telah memimpin pembangunan global, menggunakan kerangka kerja pelaporan pembangunan yang paling berkelanjutan, dan berkomitmen untuk perbaikan dan implementasi berkelanjutan dalam skala global (www.globalreporting.org).

Penelitian ini mengutip penelitian Nabila Kholida, Dwi Ermayanti Susilo (2019) yang sebelumnya meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2018), menunjukkan

bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengutip penelitian Muhlis dan Karlina Sari Gultom (2021) tentang Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan yang menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan nilai perusahaan yang mengakibatkan turunnya harga saham perusahaan.
2. Perusahaan yang tidak menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik, dapat terancam keberlangsungan bisnisnya.
3. Adanya masalah dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, sehingga perusahaan dapat mengalami kerugian besar dan berdampak pada penurunan laba perusahaan serta para investor yang bersangkutan pun

akan turut mengalami kerugian.

4. Ada perbedaan hasil penelitian pengaruh tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar pembahasan masalah tidak meluas dan tidak menimbulkan penyimpangan, maka peneliti membatasi masalah pada pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan (dimensi ekonomi, dimensi lingkungan, dimensi tenaga kerja, dimensi sosial dan dimensi produk) terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Dimensi Ekonomi dalam tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019?
2. Apakah Dimensi Lingkungan dalam tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019?
3. Apakah Dimensi Tenaga Kerja dalam tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019?

4. Apakah Dimensi Sosial dalam tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019?
5. Apakah Dimensi Produk dalam tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh Dimensi Ekonomi dalam tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019.
2. Mengetahui pengaruh Dimensi Lingkungan dalam tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019.
3. Mengetahui pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019.
4. Mengetahui pengaruh Dimensi Sosial dalam tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019.
5. Mengetahui pengaruh Dimensi Produk dalam tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang

Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi penulis

Peneliti ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh tanggung jawab perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai bukti empiris ilmu pengetahuan serta menambah wawasan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.