

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Untuk kelangsungan aktivitas perusahaan yang sehat, penting bahwa perusahaan memiliki prinsip-prinsip tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*) yang baik. Karena apabila perusahaan memiliki tata kelola perusahaan yang baik, itu bisa menjadi kunci kinerja perusahaan yang berkualitas dan menjadi peluang perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Menurut Cadbury Committee dalam buku karya Prof. Niki Lukviarman (2016) Tata kelola perusahaan yang baik didefinisikan sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan dengan pemangku kepentingan. Dalam buku Pedoman GCG pada PT Batu Raja Multi Usaha (2021) menjelaskan bahwa terdapat 5 (lima) prinsip-prinsip Good Corporate Governance, yaitu: a) *Transparency*; b) *Accountability*; c) *Responsibility*; d) *Independency*; dan e) *Fairness*.

Salah satu prinsip tata kelola perusahaan adalah *responsibility* (tanggungjawab). Prinsip ini tertuang dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. *Responsibility* atau yang memiliki nama lain *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Kolter dan Nancy (2005) adalah sebagai kewajiban yang dilakukan dari praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. Dalam Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas (“UUPT”) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (“PP 47/2012”) terkait Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dalam pasal 74 UUPT dan penjabrannya. Menurut Pasal 1 angka 3 UUPT Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan suatu komitmen perseroan yang memiliki peran dan tujuan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan baik untuk perseroan itu sendiri, komunitas dan masyarakat setempat.

CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan untuk kepedulian sosial dan tanggung jawab lingkungan dengan mengabaikan kemampuan perusahaan. Dalam segala aktivitasnya, perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan lingkungan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial mempengaruhi perkembangan perusahaan secara berkelanjutan. Saat melakukan aktivitasnya, sebuah perusahaan tidak boleh hanya mendasarkan keputusannya pada faktor ekonomi seperti keuntungan atau dividen, tetapi pada dampak lingkungan sosial juga karena hal ini akan menjadi penentu keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang (Budi Untung, 2014). Tanggung jawab sosial menjadi salah satu pertimbangan investor sebelum berinvestasi pada suatu perusahaan karena praktik CSR ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pada saat yang sama, itu mempengaruhi nilai return saham setahun ke depan.

Kenaikan harga saham perusahaan menunjukkan kondisi keuangan perusahaan sehat dan nilainya di masyarakat baik. Praktik CSR ini dilaksanakan sebagai bentuk kepedulian dan empati serta tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yang ada di sekitar perusahaan. Beberapa tahun belakangan ini banyak perusahaan yang menyadari bahwa pentingnya kegiatan program CSR tidak hanya dilaksanakan sebagai komitmen perusahaan. Namun selain program CSR ini juga terdapat manfaat bagi perusahaan itu sendiri, seperti meningkatkan nilai perusahaan dan mendapat reaksi yang positif serta kepercayaan masyarakat. Banyak perusahaan yang berdiri di Indonesia, termasuk perusahaan dari industri otomotif. Perusahaan yang bergelut dalam bidang otomotif ini merupakan perusahaan yang merancang, mengembangkan, memproduksi dan memasarkan kendaraan beserta suku cadangnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui *website* <https://idx.co.id> perusahaan Sub Sektor otomotif dan komponen yang terdaftar berjumlah 13 perusahaan. Berikut daftar perusahaan Sub Sektor otomotif dan komponen di BEI:

Tabel 1. 3 Daftar Perusahaan Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

NO	Nama Perusahaan	Kode
1	Astra International Tbk	ASII
2	Astra Otoparts Tbk	AUTO
3	Garuda Metallindo Tbk	BOLT
4	Indo Kordsa Tbk	BRAM
5	PT. Multi Prima Sejahtera Tbk	LPIN
6	Goodyear Indonesia Tbk	GDYR
7	Gajah Tunggal Tbk	GJTL
8	Indomobil Sukses International Tbk	IMAS
9	Indospring Tbk	INDS
10	Nipress Tbk	NIPS
11	Prima Alloy Steel Universal Tbk	PRAS
12	Selamat Sempurna Tbk	SMSM
13	PT. Multistrada Arah Sarana Tbk	MASA

Sumber: www.idx.co.id

CSR biasanya diterapkan oleh perusahaan di bidang otomotif dengan memberikan dukungan di berbagai bidang seperti sosial, pendidikan, keuangan, bantuan bencana, pembangunan fasilitas umum, kesehatan, dll. Adanya tanggung jawab sosial ini memberikan efek positif bagi masyarakat sekitar dan efek positif bagi perusahaan, tidak hanya nilai

yang baik, tetapi juga dapat mempromosikannya secara finansial. Kegiatan CSR ini bisa disebut sebagai kegiatan kemanusiaan. Dengan ini juga sesuai dengan anjuran yang terdapat dalam al-Qur'an surat Al-Maidah (5) ayat 2 yang berbunyi

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebaikan dan taqwa. Dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertaqwalah kepada Allah sesungguhnya Allah sangat berat siksa-Nya”.

Dengan mendapatkan nilai perusahaan yang baik ini akan menjadi potensi meningkatnya profitabilitas perusahaan sehingga kondisi keuangan yang baik dapat berpengaruh positif terhadap return saham perusahaan dan akan menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Silvia, 2019). Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurfina (2017) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Putri dan Danies (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengungkapan program CSR ini memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan karena hal ini pengungkapan CSR dapat membangun citra yang baik perusahaan baik dimata investor maupun masyarakat luas.

Selain tanggung jawab perusahaan, profitabilitas juga merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dipandang sebagai suatu pencapaian yang menggambarkan peningkatan kesejahteraan pemegang saham. Kesejahteraan para pemegang saham ini dicapai hasil keuntungan per saham yang diinvestasikan di perusahaan (I Nyoman dan I Ketut, 2017). Menurut Kasmir (2014) dalam Windari dan Tutik (2022) berpendapat bahwa tingkat profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode. Tingkat profitabilitas merupakan

salah satu target perusahaan yang harus dicapai dan distabilkan untuk melanjutkan kesuksesan perusahaan.

Menurut ahli R. Agus Sartono (2010) mendefinisikan profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari aktivitas penjualan, total aset dan ekuitas. Dan juga Susan Irawati (2006) menyatakan bahwa rasio profitabilitas atau biasa disebut rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan dengan memperhitungkan jangka waktu yang panjang dalam waktu tertentu kemampuan perusahaan untuk beroperasi secara efisien.

Tabel 1. 4 Data Return On Asset Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020

No	Nama Perusahaan	Tahun	ROA (%)
1	Astra International Tbk (ASII)	2018	7,0
		2019	5,0
		2020	8,0
2	Astra Otoparts Tbk (AUTO)	2018	3,7
		2019	0,2
		2020	5,1
3	Garuda Metallindo Tbk (BOLT)	2018	6,0
		2019	-5,1
		2020	4,1
4	Indo Kordsa Tbk (BRAM)	2018	12,3
		2019	1,5
		2020	5,2
5	PT. Multi Prima Sejahtera Tbk (LPIN)	2018	7,5
		2019	2,0
		2020	9,2
6	Goodyears Indonesia Tbk (GDYR)	2018	-
		2019	-
		2020	-
7	Gajah Tunggal Tbk (GJTL)	2018	0,4
		2019	1,3
		2020	1,4
8	Indomobil Sukses International Tbk (IMAS)	2018	0,5
		2019	1,4
		2020	0,3
No	Nama Perusahaan	Tahun	ROA (%)
9	Indospring Tbk (INDS)	2018	5,0
		2019	2,1
		2020	3,6
10	Nipress Tbk (NIPS)	2018	-

		2019	-
		2020	-
11	Prima Alloy Steel Universal Tbk (PRAS)	2018	2,0
		2019	7,5
		2020	2,7
12	Selamat Sempurna Tbk (SMSM)	2018	19
		2019	16
		2020	21
13	PT. Multistrada Arah Sarana Tbk (MASA)	2018	-8,1
		2019	-2,4
		2020	7,4

Sumber: Data sekunder Laporan Keuangan Tahunan

Berdasarkan data yang disajikan diatas dapat dilihat bahwa ROA pada ke 13 perusahaan Sub Sektor otomotif 3 (tiga) tahun terakhir diantaranya 10 perusahaan mengalami demosi, 1 perusahaan yang mengalami kenaikan setiap tahunnya dan terdapat 2 perusahaan yang tidak diketahui ROA nya. Dapat disimpulkan dari data diatas bertolak belakang dengan penelitian terdahulu yaang dilakukan oleh Eka (2017) menyatakan hasil analisis membuktikan bahwa profitabilitas ini memberi pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Keris Monika (2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini kita bisa menyimpulkan bahwa besar kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Sundari dan Utami (2013) menyatakan bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai suatu perusahaan.

Mendapatkan citra yang positif dari masyarakat sangat penting. Dengan memiliki nilai perusahaan yang baik akan membuka peluang yang baik untuk menarik investor, sehingga perusahaan harus mempertahankan kondisi yang baik di berbagai bidang, baik dari segi pembiayaan maupun tren perkembangan yang positif, guna mempertahankan keuntungannya sendiri. Menurut Sartono (2010), nilai perusahaan menentukan nilai jual perusahaan selama beroperasi dan karena nilai penjualan lebih tinggi dari nilai likuiditas, manajemen perusahaan memenuhi tugasnya dengan baik. Sedangkan Noerirawan (2012) mengatakan bahwa nilai suatu perusahaan dipertahankan dalam bentuk atau wujud kepercayaan masyarakat terhadap usahanya selama bertahun-tahun. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah perusahaan yang memiliki nilai penjualan lebih besar dari nilai likuiditasnya dan telah mendapat kepercayaan dari masyarakat sekitar perusahaan tersebut.

Nilai suatu perusahaan terkadang berkaitan dengan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan. Nilai perusahaan yang baik merupakan pencapaian bagi perusahaan dan kesejahteraan pemilik perusahaan merupakan tugas manajer sebagai fasilitator yang dipercayakan oleh pemilik perusahaan untuk mengelola perusahaan. Penilaian suatu perusahaan dapat diukur dengan rasio pasar. Rasio ini mengukur kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari: a) *Price to Book Value* (PBV); b) *Market to Book Assets* (MBA); c) *Market to Book Assets Rasio*; d) *Market Value of Equity* (MVE); e) *Enterprise Value* (EV); f) *Price Earnings Ratio* (PER); g) *Tobin's Q* (Silvia, 2019).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laras dan dkk (2020) menyatakan hasil dari penelitian ini bahwa ROA dan CAR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan Suku Bunga dan Inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Kholis dan dkk (2018) menyatakan hasil dari penelitian ini bahwa ROA dan EPS memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan DER

tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif di BEI 2018-2020”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Masih terbatasnya perusahaan yang menyadari pentingnya aspek sosial untuk keberlangsungannya perusahaan.
2. Keterbatasan pendanaan dalam penyelenggaraan kegiatan sosial.
3. Masih terbatasnya profitabilitas perusahaan untuk meningkatkan nilai sebuah perusahaan.
4. Perusahaan sub sektor otomotif mengalami penurunan tingkat ROA selama 3 (tiga) tahun terakhir.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Otomotif di BEI?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Otomotif di BEI?
3. Apakah CSR dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Otomotif di BEI?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Otomotif di BEI.
2. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Otomotif di BEI.
3. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Otomotif di BEI.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berharap dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi penulis

Merupakan pembelajaran dalam menganalisis nilai perusahaan suatu bank serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai CSR dan profitabilitas.

2. Bagi akademisi

Dapat menambah khasanah pengetahuan mengenai CSR dan profitabilitas berkaitan dengan nilai perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam mengelola CSR dan profitabilitas yang dimiliki sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.

4. Bagi pihak lain

Sebagai referensi yang dapat digunakan bagi pihak lain yang ingin mengetahui lebih jauh mengenai informasi yang berkaitan dengan CSR dan Profitabilitas yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan dalam pemahaman serta memberi gambaran kepada pembaca mengenai penelitian ini. Adapun sistematika penulisan yang digunakan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, pada bagian ini berisi yang berkaitan dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, indentifikasi masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJUAN PUSTAKA, pada bagian ini berisi yang berkaitan mengenai kajian-kajian variabel yang digunakan untuk penelitian, sintesis teori, dan hipotesis teoritik. Langkah-langkah yang

dilakukan untuk menganalisa landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu dari sumber yang terpercaya, membuat kerangka teoritis serta membuat hipotesis teoritik

BAB III METODELOGI PENELITIAN, pada bagian ini berisi mengenai metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, dan pengumpulan data dan teknik menganalisa data penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN, pada bagian ini berisi mengenai isi dan hasil pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP, pada bagian ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang berupa pernyataan-pernyataan singkat serta jawaban dari pertanyaan yang ada dalam penelitian. Serta saran dari penelitian ini merupakan kritik yang membangun untuk objek maupun pembaca yang berkaitan dengan penelitian ini

