# BAB I

# PENDAHULUAN

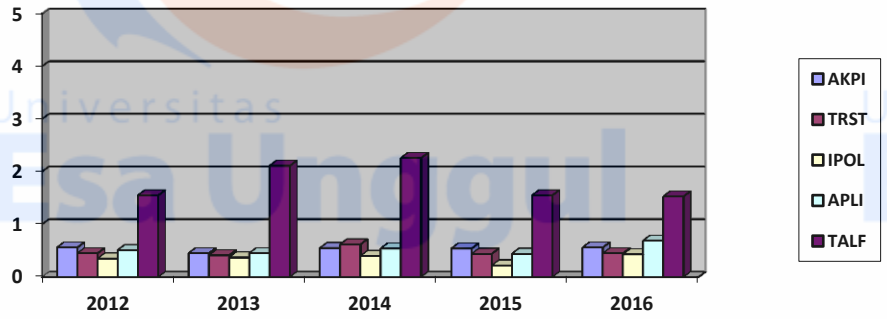
## 1.1 Latar belakang

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.Semakin tinggi Nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan. Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi financial maupun di dalam menunjukan Nilai perusahaan , pada sebuah perusahaan manufaktur sub-sektor Plastik dan kemasan yang sudah terdaftar di BEI ( bursa efek Indonesia ). Semua perusahaan memiliki tujuan untuk , menaikan nilai perusahaan. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of thefirm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value ofthe firm*) (Salvatore, 2011).Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena dengan memaksimalkan Nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan hal penting yang harus dicapai oleh manajemen perusahaan.

Memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat diterjemahkan menjadi memaksimalkan harga saham perusahaan. Meskipun perusahaan memiliki tujuan-tujuan yang lain, namun memaksimalkan harga saham adalah tujuan yang paling penting (Brigham dan Daves, 2010). Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi keputusan-keputusan keuangan yang ditetapkan oleh manajer keuangan (Brigham dan Houston, 2011). Keputusan yang tepat akan meningkatkan Nilai perusahaan

dan akhirnya akan berdampak pula pada kemakmuran pemilik perusahaan.Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan beberapa rasio antara lain *Earning per Share* (EPS) merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar keuntungan (*return*) yang diperoleh Investor atau pemegang saham per lembar saham, *Price Earning Ratio* (PER) yang merupakan rasio harga saham suatu perusahaan dengan pendapatan per saham perusahaan tersebut, *Dividend Yield* yaitu perbandingan dividen dengan harga saham, dan *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan rasio yang membandingkan antara nilai saham menurut pasar dengan harga saham berdasar harga buku atau *book value* (Brigham and Houston,2011). Penelitian ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai proksi dari nilai perusahaan akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan dan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi (Soliha dan Taswan, 2002). *Price to Book Value* digunakan untuk melihat berapa besar tingkat *undervalued* maupun *overvalued* harga saham yang dihitung berdasarkan nilai buku setelah dibandingkan dengan harga pasar (Brigham dan Houston,2011). Semakin tinggi rasio *price to book value* ini maka akan berpengaruh positif terhadap harga saham dari perusahaan yang bersangkutan karena semakin tinggi rasio maka semakin berhasil perusahan menciptakan nilai (*return*) bagi pemegang saham dan semakin besar rasio PBVnya, semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor.Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi financial maupun potensi non financial, di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam

jangka panjang, memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan.




Gambar 1,1PBV

Gambar diatas menunjukan kondisi PBV dari 5 perusahaan plastic dan kemasan dari tahun 2012 – 2016 perusahaan Argha karya prima industry Tbk (AKPI), Trias sentosa Tbk (TRST), Indopoly swakarsa industry Tbk (IPOL), Asia plast industries Tbk (APLI), Tunas alfin Tbk (TALF). Menunukan kondisi yang fluktuatif .

*Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya."*Profitability is the net results of a number of policies and decisions*". Menurut Brigham dan Gapenski (2006) *Profitabilitas* adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan dalam suatu perusahaan (Brigham dan Houston 2011). Prospek perusahaan yang baik ditunjukkan oleh *profitabilitas* yang tinggi, hal ini akan membuat investor merespon positif sinyal tersebut dan menyebabkan meningkatnya Nilai perusahaan (Rika, 2010). Rasio *profitabilitas* adalah kemampuan

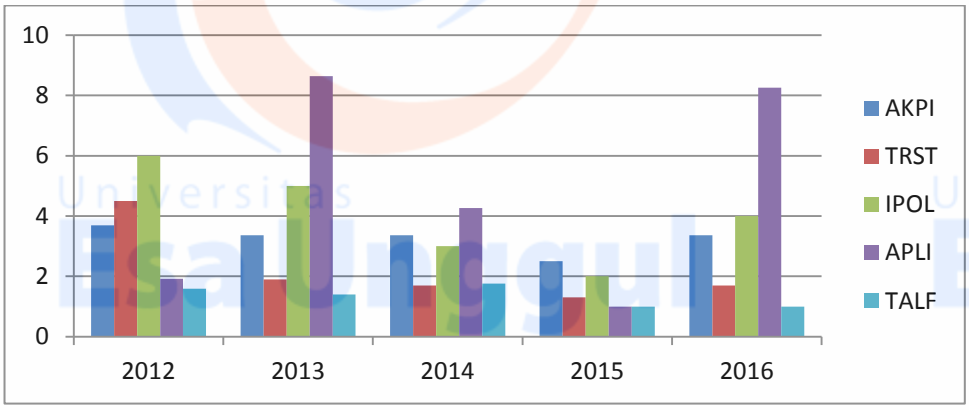
perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122) *Return on equity* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas terhadap pemegang saham. *Return on equity* yang tinggi membuat kedudukan pemilik perusahaan semakin baik, sehingga investor memiliki keyakinan untuk berinvestasi dan sekaligus akan dapat meningkatkan Nilai perusahaan.

*Profitabilitas* yang tinggi menunjukan prospek perusahaan yang baik ,sehingga akan merespon positive sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (sukojo 2007 dalam Rika 2010 ). Dalam penelitian ini *profitabilitas* di proksikan melalui *retun on equity* sebagai ukuran *profitabilitas* perusahaan. *Return on equity* adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri, rasio ini mengukur tingkat pengembalian yang dapat di peroleh pemilik perusahaan ( pemegang saham ) atas modal yang di setorkan untuk perusahaan tersebut Menurut Brigham dan Houston ( 2001 ). Secara umum ,semakin tinggi *Return on equity* semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan Nilai perusahaan.

*Profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Laba diperoleh perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan. *Profitabilitas* juga merupakan gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan.Menurut (Chen, 2002).

*Profitabilitas* perusahaan dapat dihitung menggunakan (*return on Equity*), dengan membagi laba bersih setelah pajak (*earnings after tax*) dengan modal sendiri (Ika dan Shidiq,2013). Dari definisi diatas *Return on Equity* di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang dapat di peroleh pemilik perusahaan (pemegang saham) atas modal yang di setorkannya untuk perusahaan tersebut secara umum, semakin tinggi *Return on Equity* semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham Sehingga apa pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

*Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Profitabilitas* perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan(Ika dan Shidiq, 2013).




Gambar 1.2 ROE

Gambar diatas menunjukan kondisi ROE dari 5 perusahaan plastic dan kemasan tahun 2012 – 2016 perusahaan Argha karya prima industry Tbk (AKPI), Trias sentosa Tbk (TRST), Indopoly swakarsa industry Tbk (IPOL), Asia plast industries Tbk (APLI), Tunas alfin Tbk (TALF).Semua mengalami

fluktuatif .Hal ini menunjukan bahwa pengembalian modal yang diterima oleh investor tidak stabil setiap tahunnya . Kondisi ini juga akan mempengaruhi Nilai perusahaan dan investor yang akan menanamkan modalnya .

Penelitian sebelumnya yang menguji pengaruh *Profitabilitas* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai *variabel intervening*, sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2006-2009.Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.oleh Lifessy (2011).Sedangkan penelitian bahwa *Profitabilitas* berpengaruh *positif* dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Profitabilitas* perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Berdasarkan uraian ditas, maka hipotesis penelitian ini adalah hasil penelitian ini menunjukan Adanya pengaruh positif antara *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan (Ika dan Shidiq, 2013).

Kondisi keuangan tersebut ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan, keberlanjutan perusahaan ( *corporate sustainability* ) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup menurut Narver ( 1971 ) Mc wiliams dan siegel (2000). Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan perusahaan ,perlu melakukan pengungkapan terhadap lingkungan sekitar .

Pengungkapan ( *disclosure* ) didefinsikan berbeda dalam kondisi yang berbeda pula . Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral

dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh *statement* keuangan. Laporan keuangan perusahaan ditujukan kepada pemegang saham, investor, dan kreditor.

Lebih jelasnya."Pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor potensial dan kreditor dan pengguna lainnya dalam rangka pengambilan keputusan investasi rasional, kredit, dan keputusan jenis lainnya."FSAB (1980 dalam SFAC No.1).Sebagai salah satu prinsip dalam akuntansi keuangan ,istilah peengungkapan dikaitkan secara langsung dengan laporan keuangan, pada kenyataanya ternyata pengungkapan juga berhubungan dengan informasi lainnya diluar laporan keuangan ,pengungkapan merupakan suatu alat yang penting untuk mengurangi asimetri informasi manajer dengan pemilik perusahaan ( januarti 2009) .

Pengungkapan oleh perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility*. Pertanggung jawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* menurut Rika (2010). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi Nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan.Semakin banyak perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula Nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat. Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan *Corporate Social*

*Responsibility* ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk ramah lingkungan yang diatur oleh Undang-Undang PT No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan (Susanto,2007:3) dalam Rimba (2010). Adanya UU PT tersebut sebagai bukti bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar, untuk itu perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sebuah perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan Nilai perusahaan. berdasarkan teori signal (*signaling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009). Perusahaan berharap dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Selain itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang nantinya dapat meningkatkan Nilai perusahaan (Sayekti dan Ludovicus, 2007).

Hasil penelitian terdahulu menjelaskan bahwa *corporate sosial responbility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dari Rika Nurlela dan islahuddin (2008). Hasil penelitian menjelaskan bahwa

pengungkapan *corporate sosial responbility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dari silvia agustina (2013).

Perusahaan plastik dan kemasan banyak mengahasilkan limbah cair ,limbah padat, limbah gas. Selain itu tingkat penjualan perusahaan plastik dan kemasan juga meningkat . Hal ini dapat di lihat dari berbagai produk yang ada di toko-toko, mini market bahwa banyak produk makanan dan minuman, produk kebersihan rumah tangga dan produk yang menggunakan kemasan pada setiap produknya yang menggunakan jasa dari perusahaan plastik dan kemasan untuk membeli kemasan untuk sebuah produk menjadi barang jadi yang siap di kemas dan, untuk di pasarkan di masyarakat, sehingga dari setiap proses produksi produk dan kemasan akan selalu mengahasilkan limbah

Berdasarkan kasus diatas masih banyak kegiatan perusahaan yang menyebabkan dampak negatif bagi masyarakat . Oleh karena itu perusahaan plastik dan kemasan melakukan CSR dan dana CSR itu digunakan untuk dana pendidikan atau memberikan pengobatan gratis kepada masyarakat .

Motivasi penelitian ini adalah pertama, terdapat *research* gap yang membuktikan bahwa terdapat kesenjangan antara penelitian satu dengan penelitian yang lainnya, hal tersebut ditunjukan pada beberapa penelitian yang telah dilakukan dan mendapatkan hasil yang berbeda – beda, kedua, CSR merupakan bentuk pertanggung jawaban sosial kepada masyarakat atas dampak kegiatan perusahaan tersebut pada masyarakat atas dampak kegiatan perusahaan tersebut pada masyarakat, namun dibalik semua itu perusahaan mempunyai tujuan lain dari CSR yaitu untuk meningkatkan nilai

perusahaannya sehingga mampu menarik investor, ketiga. Perusahaan plastik dan kemasan banyak menghasilkan limbah pada setiap produksinya seperti limbah cair, limbah gas, limbah padat .

"Berdasarkan uraian diatas, maka judul dari penelitian **PENGARUH *PROFITABILITAS* DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOSIAL RESPONBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN ( STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN Sub-SEKTOR PLASTIK DAN KEMASAN PERIODE 2012-2016.)**".

## 1.2 Identifikasi masalah dan pembatasan masalah

Masalah yang timbul dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah *Price book value* pada industri sektor plastik dan kemasan dapat dipengaruhi oleh *Return on equity* dan pengungkapan *corporate sosial responbility* ?
2. Apakah *Return on equity* pada industri sektor plastik dan kemasan dapat mempengaruhi *price book value* perusahaan plastik dan kemasan ?
3. Dengan Rendahnya Tingkat pengungkapan *Corporate sosial responbility* perusahaan plastik dan kemasan dapat mempengaruhi *Price book value* perusahaan plastik dan kemasan ?
4. Terdapat pencemaran limbah pada setiap produksi suatu produk plastik dan kemasan .

Pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Profitabilitas* yang di ukurdengan *Return on equity* dan pengungkapan *Corporate Sosial Responbility* yang diukur dengan pengungkapan 78 item sedangkan variabel terikatnya adalah Nilai perusahaan di ukur dengan *Price book value*

2. Menggunakan Perusahaan Plastik dan kemasan dan data berbentuk *annual report* dari perusahaan yang sudah terdaftar dibursa efek Indonesia BEI ( 2012 – 2016 ).

**1.3 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan *Profitabilitas* dan pengungkapan *corporate sosial responbility* terhadap nilai perusahaan sub sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI 2012-2016 ?

2. Apakah terdapat pengaruh *profitabilitas* terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI 2012-2016 ?

3. Apakah terdapat pengaruh pengungkapan *Corporate SosialResponbility* terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI 2012- 2016 ?

## 1.4 Tujuan masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk

1. Untuk mengeetahui secara simultan pengaruh *Profitabilitas* dan *Corporate Sosial Responbiity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sector plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI 2012-2016.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan sub sector plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI 2012-2016.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporare sosial responbility* terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI 2012-2016.

## 1.5 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Manejemen perusahaan dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui kemajuan dan *Profitabilitas* melalui Nilai perusahaan .
2. Perusahaan sejenis dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan *Corporate sosial responbility reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepedulian pada lingkungan sosial .
3. Investor akan bisa memilih perusahaan yang memiliki Nilai perusahaan yang bagus dengan mempertimbangkan masing masing aspek yaitu

*Profitabilitas* dan *Corporate sosial responbility* sehingga memiliki keputuan yang tepat dalam berinvestasi .

4. Akademis diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi dalam melakukan penelitian yang sama .