**BAB I PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Dunia bisnis di Indonesia yang semakin kompleks ditandai dengan menjamurnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang usaha. Hal ini tentu menjadi kondisi yang sangat menguntungkan bagi masyarakat, karena dengan tersedianya berbagai macam produk dari berbagai jenis perusahaan akan memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun, disisi lain hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan- perusahaan dengan beraneka ragam strategi bisnis diterapkan demi memenangkan persaingan.

Pasar modal adalah pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjual belikan sekuritas, sehingga pasar modal juga bisa diartikan sebagai pasar untuk memperjual belikan sekuritas yang umumnya memiliki umur lebih dari Pasar modal dapat mendorong terciptanya alokasi dana yang efisien, sebab dengan adanya pasar modal maka pihak yang kelebihan dana memilih alternatif investasi yang memberikan *Return* yang paling optimal, Wichaksono (2016 : 16). Pasar Modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek. (UU No 8

Tahun 1995).

Berkembangnya bisnis dalam bentuk perdagangan saham di pasar modal menjadikan informasi tentang kondisi perusahaan *public* (emiten) sangat

1

berharga bagi para investor maupun calon investor. Setiap informasi yang relevan tentang emiten, dengan cepat (*instant*) diserap oleh pasar dan dengan cepat pula pasar mengekspresikannya dalam bentuk harga atau perubahan harga saham. Dalam mekanisme tersebut para investor mengharapkan *return* (keutungan) dari saham yang telah atau akan dikuasai, oleh sebab itu pengambilan keputusan yang akan diambil didasarkan pada pemilihan investasi yang efisien. Informasi tentang perusahaan *public* (emiten) sangat berharga bagi para investor salah satunya adalah informasi tentang kinerja keuangan dan nilai perusahaan dalam suatu periode atau waktu tertentu yang merupakan bentuk informasi fundamental. Para investor menggunakan informasi tersebut sebagai dasar penilaian harga (*return*) saham, keputusan membeli atau menjual (Arviansyah;2013:12).

Salah satu informasi yang dibutuhkan investor adalah laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan. Laporan keuangan tahunan bagi investor merupakan sumber berbagai macam informasi khususnya neraca dan laporan laba rugi perusahaan. Oleh karena itu publikasi laporan keuangan perusahaan merupakan saat-saat yang ditunggu oleh para investor di pasar modal karena dari publikasi laporan keuangan perusahaan para investor dapat mengetahui perkembangan perusahaan, yang digunakan sebagai salah satu pertimbangan untuk melakukan investasi di pasar modal (Safitri,2015:17).

Nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka semakin tinggi kesejahteraan pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham pun tidak akan ragu untuk

menanamkan modalnya. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Salah satu indikator untuk menilai nilai perusahaan memiliki prospek baik atau tidak di masa mendatang, adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator suatu perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan (Rahayu : 2010).

Kinerja keuangan perusahaan merupakan gambaran kondisi keuangan dan perkembangan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan (Fabozzi,

2000:775) dalam Budialim (2013). Kinerja keuangan perusahaan menggambarkan tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan merupakan indikator yang dibutuhkan oleh pihak manajemen perusahaan untuk mengukur efektivitas kinerja

perusahaan. Selain itu kinerja keuangan merupakan indikator yang digunakan investor sebelum melakukan investasi.

Penggunaan informasi keuangan yang disediakan sebuah perusahaan biasanya analis atau investor akan menghitung rasio-rasio keuangannya yang mencakup rasio likuiditas, leverage, aktivitas dan profitabilitas perusahaan untuk dasar pertimbangan dalam keputusan investasi. Pada penelitian ini rasio keuangan yang dijadikan indikatornya adalah Rasio *Profitabilitas* (ROE).

Nilai laba masa yang akan datang di ekspektasi yang dihitung kembali dengan suku bunga yang tepat disebut nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). *Return On Equity* (ROE) digunakan untuk mengukur tingkat kembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas (*shareholder's equity*) yang dimiliki oleh perusahaan (Brigham, 2001) dalam Rinanda (2013). Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu : keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan.

Hubungan signifikan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan akan terlihat jika tujuan utama perusahaan yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal, dimana dengan adanya peningkatan laba menunjukkan bahwa kinerja keuangan sebuah perusahaan mengalami peningkatan. Dengan kinerja kuangan yang baik akan mampu menumbuhkan minat inverstor untuk berinvestasi, mengingat nilai perusahaan merupakan apresiasi investor terhadap hasil kerja

manajemen dalam mengelola aset perusahaan wijaya dan nanik, 2015:46 dalam

Pamungkas 2016.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban- kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (Ekonomi dan Legal). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Sehingga CSR (*Corporate Social Responsibility*) itu adalah suatu sikap yang ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap *stakeholder* dalam mempertanggung jawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut dalam aspek sosial, ekonomi maupun lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut selalu memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkunganya. Perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (Kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2008:78). *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-

Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan [(www.hukumonline.com).](http://www.hukumonline.com) Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroaan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan tergambar dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas perusahaan. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka makin tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa, perusahaan dalam rangka melakasanakan kegiatan CSR dalam memenuhi tanggungjawab sosianya melainkan sebuah promosi kepada masyakat tentang perusahaan tersebut, sehingga bisa memberikan nilai tambah bagi perusahaan yaitu nilai perusahaan, jika nilai perusahaan bertambah secara ototmatis akan

memppengaruhi pada kinerja keuangan khususnya dalam tingkat penanganan laba.

Pada penelitian ini mengangkat tiga variabel yaitu nilai perushaaan sebagai variabel dependen, dan Profitabilitas yang diindikatori oleh (ROE) sebagai variabel independen, sedangkan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderator. apabila tingkat Profitabilitas meningkat secara otomatis akan memberikan peningkatan pada nilai perusahaan, tapi jika *Corporate Social Responsibility* sebagai moderator apakah bisa memperkuat atau bahkan memperlemah pengaruh antara Profitabilitas dan nilai perusahaan. Selanjutnya, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dipilih sebagai variabel moderating karena kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan bagian dari meningkatkan nilai perusahaan khususnya pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang diharapkan mampu memperkuat hubungan masyarakat dengan perusahaan. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan hal tersebut hanya terjadi pada perusahaan-perusahaan tertentu karena kondisi tiap perusahaan berbeda, baik dari segi visi, misi, segmen pasar maupun manajemen perusahaan yang memungkinkan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* justru tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan (Amanti : 2012)

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap nilai perushaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi", juga pernah dilakukan penelitian diantranya :

Putri (2015) yang berjudul "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai

Perusahaan Dengan Pengungkapan *CSR* Sebagai Variabel Pemoderasi". Hasil

penelitian dengan regresi linearberganda menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikanterhadap nilai perusahaan. Sedangkan analisis variabel *moderating* dengan metode uji interaksi *moderated regression analysis* menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh kinerja keuangan pada nilai perusahaan.

Begitu juga dengan penelitian Andriani (2017) dengan judul "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi". Dengan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif langsung terhadap nilai perusahaan dan CSR sebagai variabel pemoderasi mampu memperkuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan permasalahan diatas dan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai permasalahan yang sama tentunya untuk menguji kembali pengaruh kinerja perusahaan terhadap nilai Perusahaan dengan tahun penelitian yang berbebda sehinga penulis merumuskan judul penelitian ini dengan judul : **"Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi Study Kasus di Perusahaan Manufaktur sub sektor makan dan minuman yang terdaftar di BEi Tahun 2013-2017 "**.

**1.1 RUMUSAN MASALAH**

Atas dasar latar belakang tersebut dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?

2. Apakah Interaksi kinerja keuangan dengan *Corporate Social Responsibility*

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?

**1.2 TUJUAN PENELiTiAN**

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

2. Untuk mengetahui Interaksi kinerja dengan *Corporate Social Responsibility*

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

**1.3 MANFAAT PENELiTiAN**

**1.3.1 Manfaat Teoritis**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi peneliti tentang materi yang diteliti, dan bagi pembaca dapat memberikan nilai tambah khususnya dalam menganalisis pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate SocialResponsibility* sebagai variabel moderating, dan dapat menjadi informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti sejenis.

**1.3.2 Manfaat Praktis**

Manfaat lain dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagai perusahaan khusunya tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perushaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderating.

b. Investor

Penelitian ini dapat menambah informasi bagi investor sebagai alat bantu pengambilan keputusan investasi di pasar modal.

c. Pemerintah

Penelitian ini diharapkan mampu mendorong pemerintah memperluas item pengungkapan dalam laporan tahunan.