

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia industri saat ini berjalan begitu pesat, hal ini menyebabkan terciptanya persaingan yang ketat di dunia industri. Para pelaku usaha dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengembangkan produk serta dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif dibanding dengan pesaing. Sektor industri otomotif adalah salah satu industri yang persaingannya sangat ketat, hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang memasuki sektor industri otomotif. Industri otomotif adalah industri yang bergerak dalam bidang produksi kebutuhan masyarakat berupa kendaraan sebagai alat transportasi.

Tujuan jangka panjang suatu perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan karena nilai perusahaan dapat mencerminkan kesejahteraan pemegang saham. Ariati (2017) menjelaskan bahwa nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti dengan meningkatnya kesejahteraan para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka kesejahteraan pemegang saham akan semakin tinggi. Hal tersebut akan membuat calon investor yakin untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hidayah (2014) mengungkapkan bahwa harga saham merupakan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi calon investor dalam mengambil keputusan karena harga percaya dipercaya dapat mencerminkan citra perusahaan. Proses

terbentuknya harga saham tergantung pada permintaan dan penawaran investor. Oleh karena itu, harga saham dipilih sebagai proksi nilai perusahaan (Dina & Mimba, 2019)

Setiap perusahaan memiliki cara berbeda dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Pemanfaatan sumber daya penting bagi perusahaan, khususnya pemanfaatan sumber daya alam dalam jumlah besar tentunya akan mengakibatkan ketidakseimbangan lingkungan bagi masyarakat. Untuk itu perlu dilakukannya transparansi dan akuntabilitas sebagai pengimplementasian *good corporate government* dalam bentuk *corporate sosial responsibility*. Di Indonesia, penerapan *corporate sosial responsibility*, sudah dilakukan oleh beberapa perusahaan yang ditunjukkan dengan adanya keberagaman pengelolaan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, seperti pelaksanaan mudik gratis bagi karyawan perusahaan dan adanya beasiswa pendidikan.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ
الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Arti: Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi.

Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan (QS. Al-Qasas Ayat 77).

Kaitan ayat di atas dengan penelitian ini adalah kegiatan operasional perusahaan menggunakan sumber daya alam untuk mendapatkan laba. Perusahaan memiliki kewajiban untuk memberikan *feedback* kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga lingkungan sekitar agar tidak terjadi kerusakan. Hal ini dilakukan agar sumber daya alam tetap terjaga dan bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat yang ada di sekitar perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Firdiana (2015) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian Susanto & Ardini (2016) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Penelitian yang memiliki hasil berbeda dilakukan oleh Puspaningrum (2015) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 dan 2012.

Dari beberapa penelitian tentang *corporate social responsibility* yang menunjukkan perbedaan hasil membuat peneliti terus mencari kebenaran tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian bisa terjadi karena perbedaan objek penelitian, jumlah sample penelitian, tahun sample penelitian, dan beberapa faktor lain yang menyebabkan *corporate social responsibility* memberikan hasil yang tidak konsisten terhadap beberapa penelitian.

Struktur modal merupakan proporsi pendanaan yang akan digunakan oleh perusahaan. Struktur modal yang optimal diperlukan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang maksimal dan akan membantu perusahaan untuk dapat berkembang dengan baik. Hal ini terjadi karena struktur modal dapat mencerminkan kinerja perusahaan dan perusahaan dianggap mampu mengambil keputusan yang baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Struktur modal merupakan pendanaan permanen yang terdiri dari total utang dan modal pemegang saham. Struktur modal berdampak pada kelangsungan hidup yang ada di perusahaan dan juga merupakan upaya bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, *debt equity ratio* (DER) dipilih sebagai proksi struktur modal.

Penelitian-penelitian yang berhubungan dengan struktur modal diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dina & Mimba (2019)

mengungkapkan bahwa secara parsial struktur modal memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mangondu & Diantimala (2016) mengungkapkan bahwa secara simultan struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dianggap penting untuk mencerminkan keadaan perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu informasi yang dapat menjadi pertimbangan untuk pengambilan keputusan oleh investor. Profitabilitas yang tinggi berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Ketika perusahaan mendapatkan profit yang tinggi akibat pengungkapan *corporate social responsibility* maka manajemen akan meningkatkan item pengungkapan *corporate social responsibility* nya sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Fajriana & Priantinah, 2016). Profitabilitas yang tinggi juga dapat berpengaruh terhadap struktur modal. Profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan penggunaan modal dari eksternal untuk membiayai kegiatan ekspansi perusahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Oktaviani et al., 2019). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, masih terdapat inkonsistensi hasil antar penelitian yang ada, terbukti hasil yang diperoleh masih kontradiktif. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh**

Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020)”.

Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dina & Mimba (2019) yang meneliti tentang pengungkapan *corporate social responsibility*, *investment opportunity set*, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dina & Mimba (2019) adalah penambahan variabel moderasi yaitu profitabilitas sebagai variabel moderasi dan tidak menggunakan variabel *investment opportunity set* sebagai variabel independen. Perbedaan lainnya terdapat pada sampel yang digunakan dalam penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan otomotif tahun 2018-2020.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah untuk penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas dapat memoderasi pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?

4. Apakah profitabilitas dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diturunkan ke dalam tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi profitabilitas.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi profitabilitas.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh *corporate social responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dalam pengembangan penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel moderasi.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam pertimbangan pengambilan keputusan.

c. Bagi Perusahaan Otomotif

penelitian ini diharapkan mampu menarik perhatian manajerial dalam mengungkapkan pertanggung jawaban sosial secara luas dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.