

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun dalam menjalankan perusahaannya diperlukan sebuah tanggung jawab sosial dan peningkatan kesejahteraan sosial bagi masyarakat, sehingga perusahaan bukan saja menjadi bagian yang bertanggung jawab kepada pemiliknya saja (*Shareholder*) tetapi bertanggung jawab terhadap seluruh pihak – pihak yang berhubungan dengan perusahaan (*Stakeholder*). Semakin berkembangnya suatu perusahaan maka tingkat eksploitasi sumber daya alam semakin tinggi dan tidak terkendali. Oleh karena itu, muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau citra perusahaan pada pihak eksternal.

Pada umumnya, dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan bertujuan untuk meningkatkan profitabilitas, meningkatkan nilai perusahaan, serta meningkatkan kesejahteraan para pemegang kepentingan (Jensen, 2010). Perusahaan dalam perkembangannya akan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela, 2008). Kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana aktifitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara berkelanjutan, maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Wijayanti, 2012). Dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan akan meningkat dan pada akhirnya tingkat profitabilitas perusahaan juga akan meningkat.

Selanjutnya, dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel yang digunakan. Pertama, *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independent. Kedua, perusahaan rokok sebagai variabel dependen. Ketiga, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderating dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan keefektifan kinerja perusahaan. Handoko (2016) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dalam penggunaan aset. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Perusahaan rokok dipilih dalam penelitian ini karena dampak dari penjualan perusahaan berdampak langsung terhadap kesehatan masyarakat, dimana konsumen maupun bukan konsumen akan terkena dampak dari asap rokok tersebut. Indonesia sendiri juga merupakan negara dengan konsumen rokok tertinggi di dunia. Dalam peta persebaran konsumen rokok Indonesia tersebut, WHO menyebut bahwa prevalensi perokok laki-laki di Indonesia pada tahun 2015 paling tinggi dengan angka mencapai 76,2 persen. Di peringkat kedua, ada negara Yordania dengan prevalensi perokok mencapai 70,2 persen. Kemudian, negara Kiribati dengan angka 63,9 persen. Untuk prevalensi perokok wanita di usia 15 tahun negara Nauru menduduki peringkat paling atas mencapai 52 persen, negara Kiribati mencapai 40,9 persen, lalu ketiga adalah negara Serbia dengan angka 39,7 persen. Indonesia termasuk berada di posisi bawah dengan angka prevalensi perokok wanita 3,6 persen. Berdasarkan data WHO tersebut, dapat menyimpulkan bahwa dalam mengambil keputusan, perusahaan rokok perlu mempertimbangkan untuk menyalurkan dana CSR mereka kepada masyarakat. Perusahaan rokok menjadi sampel dalam penelitian ini karena terdapat keunikan dalam industry ini, dimana produk dari perusahaan rokok sangat tidak baik bagi kesehatan tetapi masih memiliki banyak peminat serta penjualan yang sangat tinggi. Banyak produk mereka yang mendominasi di lingkungan masyarakat juga karena peneliti sendiri adalah perokok aktif yang ingin tahu upaya apa yang perusahaan

rokok lakukan dalam menangani CSR serta apakah CSR yang dilakukan berdampak baik bagi profitabilitas perusahaannya.

Berdasarkan uraian diatas peneliti berminat untuk mereplikasikan penelitian dari Kusumadilaga (2010) yang berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2011, yang dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh antara *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan. Keterbaruan dari penelitian ini adalah penggunaan sampel yang berbeda dari penelitian Kusumadilaga (2010), yaitu dengan menggunakan perusahaan – perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2020.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ‘‘Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderating pada perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2020.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berdampak bagi nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderating pada perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2020.
2. Untuk mengetahui apakah profitabilitas mempunyai dampak bagi nilai perusahaan.

3. Untuk mengetahui apakah profitabilitas dapat memperkuat pengaruh antar *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan.

1.4 Ringkasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 33 observasi dimana objek penelitian menggunakan perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2020. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan secara individu hal ini dikarenakan kurangnya pelaporan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Lebih lanjut, hasil menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderating berhasil memoderasi antara CSR dan nilai perusahaan yang dimana dengan adanya profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan jika bersamaan dengan CSR maka secara simultan dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

1.5 Kontribusi Riset

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, baik secara empiris maupun praktikal. Berikut ini adalah kontribusi yang diharapkan:

1. Kontribusi Empiris

Penelitian ini memberikan bukti empiris tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan juga dengan profitabilitas sebagai moderating pada hubungan itu.

2. Kontribusi Praktikal

Penelitian ini memberi informasi pada perusahaan tentang pentingnya *corporate social responsibility* dan profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca sekalian dalam memahami isi dari penelitian ini penulis menguraikannya dengan 5 (lima) bab utama sebagai berikut:

Bab 1 : PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang, kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, ringkasan hasil penelitian, dan sistematika penulisan skripsi. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi manajemen laba antara lain aset pajak tangguhan dan penghindaran pajak.

Bab 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tentang teori agensi yang bersangkutan dengan penelitian ini, penelasan pada masing-masing variabel yang diteliti (aset pajak tangguhan, penghindaran pajak, dan manajemen laba), penelitian terdahulu, dan perumusan masalah.

Bab 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi penelitian dimana meliputi pendekatan penelitian, model empiris, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, serta teknik analisis data.

Bab 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum tentang penelitian, analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, serta berisi tentang saran-saran yang diperuntukkan kepada peneliti selanjutnya agar bisa memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.