

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Nilai perusahaan merupakan kinerja suatu perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk dari permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja suatu perusahaan. Perusahaan itu sendiri dapat dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Implikasi naiknya harga saham menunjukkan naiknya nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dari nilai harga saham di pasar yang dapat diketahui melalui harga saham penutupan (*closing price*) yaitu harga yang diminta oleh penjual atau harga perdagangan yang terakhir untuk suatu periode. (Harmono, 2014).

Harga saham itu sendiri dapat didefinisikan sebagai harga yang dibentuk dari interaksi antara penjual dan pembeli saham yang dilatar belakangi oleh harapan mereka terhadap keuntungan suatu perusahaan. Tujuan utama dari suatu perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, tugas seorang manajer keuangan dalam hal ini adalah memaksimalkan nilai saham perusahaan. Batasan tujuan pemaksimalan nilai perusahaan secara umum menunjukkan pemaksimalan harga saham, dengan demikian konsep nilai perusahaan dapat diproksikan melalui harga saham perusahaan. (Kasmir, 2010)

Dewasa ini perkembangan bisnis sudah sampai pada tahap global dengan tahap dinamika perubahan yang sangat pesat dan persaingan saat ini semakin ketat. Tantangan bagi perusahaan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan dengan menerapkan prinsip *going concern* atau keberlanjutan usaha semakin bertambah, selain itu melalui operasi perusahaan selalu berusaha untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Keuntungan menjadi salah satu indikator terpenting dalam suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban terhadap penyandang dananya, namun seiring dengan persaingan bisnis yang semakin ketat banyak perusahaan yang melakukan kegiatan produksi semata mata untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin tanpa memperhatikan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin meningkatnya yang tercipta karena kegiatan suatu perusahaan terhadap sumber daya alam. Kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan sering tidak disertai dengan menjaga keberlanjutan dari sumber-sumber yang ada, selain sumber daya alam pihak-pihak yang tidak terlibat langsung dalam perusahaan seperti masyarakat dan lingkungan sekitarnya juga merasakan dampak dari kegiatan perusahaan, semakin berkembangnya suatu perusahaan maka permasalahan sosial dan kerusakan lingkungan disekitarnya juga semakin tinggi.

Peningkatan perhatian dan kekhawatiran terhadap dampak bisnis atas lingkungan sosial telah mendorong sejumlah perusahaan secara aktif

mengelolanya. Oleh karena itu munculnya kesadaran perusahaan untuk mengurangi dampak-dampak negatif akibat operasi bisnis tersebut, maka berkembanglah konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Selanjutnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan disingkat menjadi CSR, dan saat ini CSR tidak hanya bersifat sukarela namun telah menjadi kewajiban sejak pemerintah Indonesia menerbitkan regulasi yang mengatur tentang CSR yaitu Undang-undang No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas dalam pasal 74 menyebutkan bahwa “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Semakin banyak pertanggung jawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin tercipta ulah citra positif perusahaan pada masyarakat, citra perusahaan yang baik akan menarik banyak investor yang pada akhirnya akan meningkatkan harga saham. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham, harga saham yang tinggi bisa dikatakan nilai perusahaan juga baik. Dan tujuan suatu perusahaan adalah meningkatkan nilai pada akhirnya untuk mensejahterakan para pemilik saham.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab moral perusahaan kepada para pemangku kepentingannya. Dampak dari hasil operasional perusahaan harus dapat dipertanggungjawabkan sebagai bentuk tanggung jawab sosial kepada pemangku kepentingan. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan dengan baik memberikan manfaat dalam meningkatkan suatu nilai perusahaan di

mata para investor yang juga dapat mempengaruhi keuangan perusahaan tersebut. (Muhammad Saifi, 2020).

Fokus utama bisnis sekarang tidak hanya untuk meningkatkan profit semata, perusahaan saat ini telah sadar akan pentingnya memperhatikan lingkungan sosial perusahaan untuk meningkatkan nilai secara berkelanjutan.

Nilai suatu perusahaan akan terjamin apabila tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Perusahaan tersebut memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk dari pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap suatu lingkungan di sekitar perusahaan tersebut. (Rimba Kusumadilaga, 2010).

Sudah menjadi fakta bagaimana *resistensi* masyarakat diberbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. Dan pada akhirnya keberlanjutan dan kelestarian bumi juga akan lebih terjamin. (Agus Arijanto, 2011). Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2): 195. (Kementrian Agama RI, 2014).

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya: dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan

*berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.*

Dari ayat tersebut terlihat jelas bahwa di dalam Islam sudah diatur tentang ketentuan tanggung jawab manusia terhadap sesama manusia dan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, tanggung jawab perusahaan tersebut dituangkan dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau lebih dikenal dengan nama atau istilah dari *Corporate Social Responsibility (CSR)*, CSR merupakan sebuah konsep dimana perusahaan tersebut mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungannya dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela. (Totok Mardikanto, 2014).

Kepedulian perusahaan itu sendiri dapat terlihat dari komitmen suatu perusahaan untuk mempertanggungjawabkan segala bentuk dampak dari aktivitas usahanya dalam dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan yang dikenal dengan istilah "*Triple Bottom Line*" (. (Busyra Azheri, 2012).

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, para pelaku bisnis tidak boleh hanya sekedar mengejar keuntungan, tetapi juga berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi lingkungan sosial. Ini karena orang menjadi lebih kritis dan mampu melakukan kontrol sosial atas bisnis. Bisnis strategi ini dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Istilah CSR didirikan untuk pertama kalinya dalam tulisan *Social Responsibility of the Pengusaha* pada tahun 1953 (Bowen, 1953). Howard Rothman Brownen terungkap bahwa keberadaan CSR tidak diwajibkan oleh pemerintah atau otoritas,

melainkan komitmen yang lahir dalam konteks etika (melampaui aspek hukum) agar dapat sejahtera sebagai masyarakat yang berlandaskan pada asas manfaat sebagai nilai dan kebutuhan masyarakat. (Yeney Widya Prihatiningtias, Nadia Dayanti, 2014).

CSR pada awal kemunculannya disambut dengan dingin karena dianggap akan memboroskan perusahaan itu sendiri. Namun seiring perkembangannya, CSR merupakan salah satu isu sentral terkait dengan bisnis perusahaan sehingga pada akhirnya banyak perusahaan yang mulai fokus untuk melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). (Buchari Alma, 2014).

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Kata pembangunan berkelanjutan diartikan sebagai proses pembangunan yang berprinsip memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan. Bagi perusahaan yang konsisten menerapkan CSR dalam aktivitasnya, maka dalam jangka panjang akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk kepercayaan dari *stakeholders* (*corporate image*) terhadap perusahaan yang bersangkutan. Fakta menunjukkan adanya korelasi positif antara perusahaan yang menerapkan CSR dalam aktivitas usahanya dengan apresiasi masyarakat. (Nurdizal M. Rachman,dkk, 2011).

Perusahaan yang menerapkan CSR dengan benar akan mendapatkan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Manfaat CSR bagi perusahaan yaitu:

1. Pertumbuhan, laba, citra, dan daya saing yang sangat kuat
2. Dukungan dan niat baik masyarakat
3. Rasa bangga dan nilai spritual bagi karyawan dan keluarganya
4. Dialog tulus dengan para pemangku kepentingan
5. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh suatu perusahaan.
6. Meningkatkan harga saham. Jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, maka masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain sebagainya), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Sehingga permintaan terhadap saham akan meningkat dan otomatis harga saham, perusahaan juga meningkat. (Muljati dalam Totok Mardikanto, 2014).

Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) merupakan indeks saham yang mencerminkan keseluruhan dari saham syariah yang tercatat di BEI dan terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES). ISSI *direview* setiap 6 bulan sekali (Mei-November) dan dipublikasikan pada awal bulan berikutnya. ISSI juga dilakukan penyesuaian apabila ada saham syariah yang baru tercatat atau dihapuskan dari Daftar Efek Syariah (DES). Maka metode perhitungan indeks ISSI menggunakan rata-rata tertimbang dari kapitalisasi pasar. Tahun dasar

yang digunakan dalam perhitungan ISSI adalah awal penerbitan DES yaitu Desember 2007. Indeks ISSI diluncurkan pada tanggal 12 Mei 2011.

Perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) berjumlah 51 Perusahaan. Pada penelitian ini peneliti hanya meneliti perusahaan yang hanya berfokus dalam bidang sektor properti dan perusahaan yang mengeluarkan dana CSR pada tahun 2015-2019. Dari 51 Perusahaan tersebut terdapat 20 Perusahaan dalam sektor properti, berikut daftar perusahaan dalam sektor Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah (ISSI).

**Tabel 1.1**

**Nama Perusahaan, Dana CSR dan Harga Saham**

<b>NO</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Periode (Tahun)</b>	<b>Dana CSR (X)</b>	<b>Harga Saham (Y)</b>
1	PT Adhi Karya (Persero) Tbk.	2015	1.807.898.571	2.140
		2016	1.297.641.820	2.080
		2017	3.200.000.000	1.885
		2018	3.524.000.000	2.080
		2019	7.244.000.000	1.167
2	PT Bumi Citra Permai Tbk.	2015	200.000.000	770
		2016	211.750.000	106
		2017	257.500.000	125
		2018	246.000.000	89
		2019	277.000.000	64
3	PT Bhuwantala Indah Permai Tbk.	2015	245.050.185	88
		2016	145.912.150	90
		2017	47.468.750	73
		2018	55.000.000	88
		2019	66.162.200	50
4		2015	3.030.000.000	1.800



	PT Bumi Serpong Damai Tbk.	2016	21.660.000.000	1.755
		2017	14.380.000.000	1.700
		2018	6.890.000.000	1.255
		2019	6.890.000.000	1.255
5	PT Ciputra Development Tbk.	2015	36.046.500	1.460
		2016	8.000.000.000	1.335
		2017	5.070.000.000	1.185
		2018	5.110.000.000	1.010
		2019	15.400.000.000	1.040
6	PT Intiland Development Tbk.	2015	4.700.000.000	489
		2016	29.900.000.000	500
		2017	6.470.000.000	350
		2018	2.140.000.000	308
		2019	2.250.000.000	260
7	PT Duta Pertiwi Tbk.	2015	1.907.783.730	6.400
		2016	954.980.000	6.000
		2017	91.340.000.000	5.400
		2018	104.000.000	4.390
		2019	3.575.100.000	5.000
8	PT Bakrieland Development Tbk.	2015	2.112.251.892	50
		2016	2.020.823.736	50
		2017	1.508.718.750	50
		2018	1.244.399.714	50
		2019	2.337.240.933	50
9	PT Perdana Gapuraprima Tbk.	2015	450.000.000	199
		2016	570.000.000	171
		2017	203.000.000	103
		2018	100.000.000	110
		2019	100.000.000	76
10	PT Jaya Real Property Tbk.	2015	1.700.000.000	840
		2016	1.200.000.000	875
		2017	2.300.000.000	900
		2018	1.400.000.000	740
		2019	3.870.000.000	600
11		2015	1.500.000.000	7.250
		2016	2.200.000.000	5.050

	PT Lippo Karawaci Tbk.	2017	3.068.949.845	3.140
		2018	7.800.000.000	488
		2019	7.540.000.000	242
12	PT Modernland Realty Tbk.	2015	2.030.000.000	467
		2016	2.880.000.000	342
		2017	1.500.000.000	294
		2018	4.700.000.000	226
		2019	1.098.655.100	214
13	Metropolitan Land Tbk.	2015	30.000.000	215
		2016	701.982.205	354
		2017	689.877.840	398
		2018	1.600.000.000	448
		2019	1.606.000.000	580
14	PT PP Properti Tbk.	2015	2.236.546.092	180
		2016	2.033.608.657	1.360
		2017	5.370.780.736	189
		2018	1.907.783.730	117
		2019	31.951.000.000	69
15	PT Pembangunan Perumahan (Persero) Tbk	2015	5.247.250.000	3.683
		2016	3.540.000.000	3.810
		2017	9.728.685.606	2.640
		2018	2.025.490.631	1.805
		2019	1.784.406.023	1.585
16	PT Pakuwon Jati Tbk.	2015	1.625.000.000	496
		2016	3.925.000.000	565
		2017	3.470.000.000	685
		2018	3.970.000.000	620
		2019	11.360.000.000	570
17	PT Ristia Bintang Mahkotasejahtera Tbk.	2015	450.000.000	63
		2016	423.000.000	238
		2017	423.000.000	94
		2018	1.603.000.000	94
		2019	820.000.000	68
18		2015	11.496.839.690	595
		2016	12.800.000.000	390
		2017	10.400.000.000	170

	PT Pikko Land Development Tbk.	2018	3.900.000.000	398
		2019	8.500.000.000	50
19	PT Surya Semesta Internusa Tbk.	2015	2.449.954.066	715
		2016	1.933.552.089	434
		2017	1.848.532.956	515
		2018	1.717.112.633	500
		2019	1.859.000.000	655
20	PT Agung Semesta Sejahtera Tbk.	2015	155.900.000	555
		2016	490.000.000	655
		2017	35.000.000	780
		2018	36.500.000	880
		2019	12.000.000	338

Sumber: *Data Sekunder yang diolah, 2020*

Pada tabel 1.1 diatas berisi tentang informasi dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan harga saham yang dikeluarkan setiap masing-masing perusahaan dari periode tahun 2015-2019.

Tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur secara spesifik dalam Pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007 :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan suatu keputusan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Ketentuan lebih lanjut tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. (Kasmir, 2009)

Ketentuan dalam pasal ini bertujuan untuk menciptakan hubungan yang selaras, serasi, dan seimbang sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya pada masyarakat setempat.

Menurut Dody Prayogo ada 4 indikator keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat dilihat yaitu sebagai berikut:

- a. Dapat dinilai dari capaian nilai etika.
- b. Dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi di hadapan *Stackholder* (Pemegang Saham) sosialnya
- c. Dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham.
- d. Dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.

Fakta diatas bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa jika perusahaan rutin melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, sehingga masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain sebagainya), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham dari perusahaan tersebut juga akan meningkat. (Muljati dalam Totok Mardikanto, 2014).

Alasan penulis mengambil judul (CSR) *Corporate Social Responsibility* yaitu *Pertama*, untuk mengetahui bagaimana citra suatu perusahaan tersebut dalam sektor properti yang dilihat dari laporan keuangannya dan yang menjadi alasan tahun 2015-2019 karena dalam beberapa tahun tersebut masih belum ada yang meneliti tentang (CSR) *Corporate Social Responsibility*.

Kedua, karena di Indonesia saat ini Perusahaan Properti berkembang sangat pesat, hal ini disebabkan tingginya pertumbuhan jumlah penduduk dan peningkatan perekonomian penduduk. Berdasarkan laporan yang disampaikan oleh Menteri Dalam Negeri (Mendagri) RI Tjahjo Kumolo, jumlah penduduk Indonesia per 30 Juni 2016 sebanyak 257.912.349 jiwa (TribunsNews, 2017). Dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk maka akan meningkat pula kebutuhan atas rumah. Namun untuk membangun suatu rumah membutuhkan biaya yang sangat besar, baik untuk membeli tanah, membeli bahan bangunan, maupun biaya proses pembangunannya.

Melihat fenomena ini perusahaan Properti memanfaatkan kesempatan dengan melakukan pembangunan secara besar-besaran untuk memberikan kesempatan pada masyarakat yang ingin memiliki rumah tanpa perlu memikirkan biaya-biaya tersebut. Pembangunan perumahan untuk memenuhi kebutuhan pasar seringkali menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan disekitarnya. Seperti polusi udara, polusi suara, polusi air, kurangnya lahan ruang terbuka hijau, berkurangnya daerah resapan air tanah bahkan sampai akan menghilangkan hutan. Menyatakan pengaruh perusahaan terhadap

lingkungan masyarakat dapat menimbulkan persoalan lingkungan dan sosial, seperti:

1. Pemanfaatan sumber daya alam sebagai bagian dari proses produksinya.
2. Efek persaingan perusahaan dengan perusahaan lainnya di pasar yang sama.
3. Pengayaan masyarakat setempat melalui penciptaan kesempatan kerja.
4. Transformasi lingkungan karena ekstraksi bahan baku atau penyimpanan limbah.
5. Distribusi kekayaan yang tercipta di dalam perusahaan kepada pemilik perusahaan (melalui dividen) dan pekerja (melalui gaji) dan dampaknya terhadap kesejahteraan individu.
6. Perubahan iklim dan emisi gas rumah kaca menjadi perhatian besar.

Melihat banyaknya dampak negatif yang ditimbulkan maka dibutuhkan suatu pertanggungjawaban dari perusahaan atas kegiatan yang telah dilakukannya. Ini penting dilakukan untuk keberlangsungan bisnis suatu perusahaan di masa depan. Salah satu bentuk pertanggungjawaban perusahaan tersebut adalah dengan mengungkapkan kegiatan positif perusahaan terhadap kelestarian lingkungan, sosial dan ekonomi pada laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan. Kegiatan positif tersebut adalah kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dimana perusahaan memberikan kompensasi maupun perlindungan atas dampak negatif yang telah terjadi atau akan terjadi kepada masyarakat sekitar.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti apakah CSR (*Corporate Social Responsibility*) mempengaruhi nilai perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Properti yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode Tahun 2015-2019.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)?
2. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
2. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Secara Teoritis

Sebagai bahan informasi untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman bagi penulis khususnya dan bagi pembaca mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terutama masalah pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

##### 2. Secara Praktis

- a. Bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan dan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) demi keberhasilan perusahaan itu sendiri.
- b. Bagi masyarakat penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat mempermudah dalam memilih perusahaan mana yang tepat untuk dijadikan tempat dalam berinvestasi.
- c. Sebagai acuan untuk rujukan bagi kalangan akademis, khususnya bagi peneliti lain yang ingin meneliti masalah ini dari aspek lain.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kesalahan di dalam memahami maksud dari judul penulis akan memberikan gambaran terkait dengan definisi operasional yang berkenaan dengan judul penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang akan timbul dari sesuatu yang menyebabkan perubahan. Adapun pengaruh yang peneliti maksud di sini adalah



pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau disebut dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

2. Menurut Schermerhorn definisi tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melaksanakan pelayanan terhadap kepentingan organisasi dan kepentingan orang banyak. (Budi Santoso, 2011)

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sarana yang sangat strategis dalam mengembangkan perusahaan agar dapat meraih pertumbuhan dan laba yang berkelanjutan. (Sri Urip, 2010)

3. Menurut Suad Husnan (2006) “Nilai Perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. (Riska Franita, 2018).
4. Perusahaan properti ialah perusahaan ataupun perorangan yang bergerak dalam bidang bisnis properti, dimana dia menjadi pengembang atau dapat dikatakan pembangun serta pemasar properti itu sendiri baik berupa perumahan skala besar maupun skala yang kecil.

5. Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) merupakan indeks saham yang mencerminkan keseluruhan saham syariah yang tercatat di BEI (Bursa Efek Indonesia)

#### **F. Penelitian Terdahulu**

1. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Arik Novia Andriyani (2013) dengan judul penelitian "*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating.*" Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif penelitian ini menggunakan variabel Independen (*Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel Dependen (Nilai Perusahaan). Hasil yang didapat dari penelitian ini menyatakan bahwa: *Corporate Social Responsibility* CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian yang dilakukan Arik Novia Andriyani dengan penelitian yang saya lakukan yaitu variabel X sama-sama tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR), variabel Y sama-sama tentang Nilai Perusahaan, dan sama-sama ingin menguji apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan perbedaan penelitian yang Arik Novia Andriyani dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel dan objeknya. Dimana pada penelitian Arik Novia Andriyani menggunakan variabel moderating dan sedangkan penulis tidak menggunakan variabel moderating dan Arik Novia Andriyani mengangkat objek penelitian tersebut di Bursa Efek Indonesia sedangkan objek

penelitian penulis Perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

2. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Made Ervina Rosiana (2013) dengan judul penelitian "*Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel Pemoderasi.*" Dengan masalah sejauh mana pengungkapan sosial (CSR) mampu mempengaruhi pandangan *Stackholder* tentang nilai perusahaan. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menyatakan bahwa: Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan Gusti Ayu Made Ervina Rosiana dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu variabel X sama-sama tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*, variabel Y sama-sama tentang Nilai Perusahaan, dan sama-sama ingin menguji apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Made Ervina Rosiana dengan peneliti yang lakukan yaitu terletak pada variabel dan objeknya. Dimana pada penelitian Gusti Ayu Made Ervina Rosiana menggunakan variabel moderating dan mengangkat objek penelitian di Bursa Efek Indonesia sedangkan saya tidak menggunakan

variabel moderating dan objek penelitian yang saya angkat Perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI").

3. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga (2010), dengan judul penelitian "*Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia).*" Dengan masalah besar kecilnya *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempengaruhi nilai perusahaan dan masalah nilai CSR yang rendah pada saat tingkat profitabilitas tinggi dengan menggunakan metode kuantitatif. Adapun hasil (CSR) mempengaruhi nilai perusahaan dan masalah nilai CSR yang rendah pada saat tingkat profitabilitas tinggi dengan menggunakan metode kuantitatif. Adapun hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu: *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga dengan penelitian yang saya lakukan yaitu variabel X sama-sama tentang CSR, variabel Y sama-sama tentang Nilai Perusahaan, dan sama-sama ingin menguji apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel dan objeknya. Dimana pada penelitian Rimba Kusumadilaga menggunakan variabel

Moderating sedangkan saya tidak menggunakan variabel Moderating dan Rimba Kusumadilaga juga mengangkat objek penelitian di Bursa Efek Indonesia sedangkan objek penelitian saya yaitu Perusahaan Properti yang terdaftar di Indek Saham Syariah Indonesia (ISSI).

#### **G. Sistematika Penulisan**

Penyusunan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bab 1 Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan alasan memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti, pokok masalah, tujuan, signifikan penelitian yang merupakan kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, sistematika penulisan skripsi yang bersifat sistematis serta terstruktur secara keseluruhan.
2. Bab II Landasan Teori, pada bab ini dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu teori tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan teori Nilai Perusahaan.
3. Bab III Metode Penelitian, penulis mengutarakan bagaimana penelitian ini dilakukan yang terdiri dari jenis dan jenis penelitian dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data penelitian, dan secara teknik yang digunakan untuk metode pengumpulan data dan analisis data.
4. Bab IV Penyajian Data dan Analisis Data, pada bab ini penulis menyajikan hasil penelitian dan analisis data yang mencakup gambaran umum secara

ringkas berdasarkan teori yang telah disusun serta jawaban atas rumusan masalah.

5. Bab V Penutup, dalam bab ini penulis membuat kesimpulan atas hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.