

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya diperhatikan oleh perusahaan dan investor tetapi juga oleh perusahaan para kreditor dan pemerintah (Herawaty, 2009). Nilai perusahaan berfungsi sebagai nilai positif tanda tangan kreditor untuk memberikan pinjaman (Manoppo dan Ari, 2016). Apalagi itu juga mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang tinggi dalam membayar semua kewajibannya sehingga para kreditor nantinya aman atau terhindar dari risiko gagal bayar.

Setiap kegagalan dalam maksimalisasi nilai perusahaan disebabkan oleh beberapa ketidakmampuan perusahaan tegas dalam menerapkan determinan nilai perusahaan (Ernawati dan Widyawati, 2016). Maksimalisasi nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dan akses terhadap keduanya sumber dana eksternal atau internal perusahaan (Safitri dan Wahyuati, 2015). Saraswathi dkk. (2016) menyatakan bahwa rasio leverage memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas perusahaan. Leverage juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset biaya tetap yang menghasilkan pengembalian kepada pemilik perusahaan (Moeljadi et al., 2015).

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang terdiri atas sekelompok orang yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan. Ada beberapa macam tujuan didirikannya suatu perusahaan, tapi yang terutama adalah ingin

memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Adapun cara mengukur tingkat kemakmuran para pemegang saham adalah melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah go public. *Enterprise Value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Ishaluddin, 2018).

Menurut Arifin (2018), tinggi rendahnya tingkat keuntungan yang diisyaratkan merupakan pencerminan (dipengaruhi) oleh tingkat risiko, aktiva yang dimiliki dan struktur modal serta faktor lain seperti manajemen. Sedangkan di pihak perusahaan, tingkat keuntungan yang diminta - katakanlah dari pemegang saham preferen - merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan modal dari pemegang saham preferen. Dengan demikian secara umum bahwa risiko perusahaan yang tinggi berakibat bahwa tingkat keuntungan yang diminta oleh investor juga tinggi dan itu berarti biaya modal juga tinggi. Tingginya investasi yang dilakukan ternyata tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan, dari data yang ada sebagian besar perusahaan malah mengalami penurunan pada nilai perusahaannya. Dengan adanya penurunan nilai perusahaan maka tujuan

awal didirikannya perusahaan tidak tercapai. Hal ini memicu niat untuk meneliti lebih lanjut faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage memainkan peran penting dalam memaksimalkan nilai perusahaan (Welley dan Untu, 2015). Penambahan hutang perusahaan dapat berfungsi sebagai alat untuk mengontrol kas secara bebas oleh manajemen. Pengendalian dana yang meningkat akan meningkatkan produktivitas perusahaan dan kinerja sehingga berdampak pada penguatan nilai perusahaan yang tercermin melalui kenaikan harga bursa (Mediawati, 2016). Hasil penelitian Putri dan Ukhriyawari (2016) dan Hermuningsih (2012) menunjukkan leverage tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Sujoko dan hasil penelitian Soebiantoro (2007) dan Wulandari (2013) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu leverage memberikan pengaruh negatif dan signifikan yang signifikan terhadap nilai bentuk. SEBUAH Perusahaan dengan hutang besar juga memiliki biaya hutang yang besar. Ini membebani perusahaan itu dan pada gilirannya mungkin menurunkan tingkat kepercayaan investor (Thaib dan Dewantoro, 2017). Ukuran perusahaan juga memainkan peran penting dalam mengoptimalkan nilai perusahaan. Denziana dan Monica (2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan indikator kekuatan keuangan perusahaan dalam mendukung kinerjanya. Perusahaan besar memiliki beberapa kelebihan antara lain fasilitas untuk mengakses pendanaan, (Dewi dan Wirajaya, 2013) strategi dalam meminimalkan risiko

(Chen dan Chen, 2011) dan peluang untuk memperoleh manfaat yang lebih besar dan prospek usaha yang lebih baik (Soliha, 2002).

Pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap akses ke sumber pendanaan menurut Pantow dkk. (2015) dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap peningkatan perusahaan nilai yang tercermin dalam harga bursa. Ukuran perusahaan yang lebih tinggi dianggap lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan baik untuk biaya operasional maupun untuk pembangunan dari perusahaan. Harapan dari perbaikan perusahaan akan diikuti oleh kepercayaan investor menguat untuk meningkatkan kepemilikan saham yang bersangkutan perusahaan. Permintaan yang kuat terhadap saham perusahaan akan berdampak lebih jauh pada peningkatan saham harga.

Beberapa hasil studi empiris tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan objek perusahaan di Indonesia belum konsisten. Sebagai referensi, Ernawati dan hasil penelitian Widyawati (2016) dan Rompas (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian dilakukan oleh Khumairo et al (2016) dan Haryadi menunjukkan sebaliknya bahwa nilai perusahaan memiliki pengaruh negatif pengaruh nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dijelaskan dari profitabilitas perusahaan. Dewi dan Wirajaya (2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diperoleh suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai

perusahaan. ini Sejalan dengan motif investor dalam berinvestasi: memperoleh imbal hasil berupa imbal hasil dan capital gain (Agustina, 2013). Hal tersebut sejalan dengan penjelasan Setiadewi dan Purbwangsa (2014) bahwa perusahaan yang berhasil meningkatkan profitabilitasnya akan meningkatkan kepercayaan investor untuk memberikan dananya untuk dikelola oleh yang bersangkutan perusahaan.

Profitabilitas dikenal sebagai rasio efektivitas manajemen yang berasal dari penjualan dan investasi (Hermuningsih 2012). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek yang baik perusahaan sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dengan meningkatkan saham harga dan nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Pengembalian adalah motif utama investor dalam investasinya. Meningkatkan laba yang dihasilkan perusahaan akan meningkatkan pengembalian yang diterima investor sehingga perusahaan harus selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya sehingga sahamnya tetap menarik pasar (Mahendra et al (2012)

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas atau kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya (Ernawati dan Widyawati, 2016). Hal ini juga diungkapkan oleh Owolabi dkk. (2012) bahwa likuiditas berperan penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh leverage perusahaan. Namun, bukti empiris dari perusahaan di Indonesia dibagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama membuktikan pengaruh itu

adalah variabel mediasi likuiditas, ukuran dan profitabilitas dalam menjelaskan nilai perusahaan perubahan. Beberapa peneliti menemukan hasil tersebut antara lain Hermuningsih (2012), Mulyani dkk. (2017), Thaib dan Dewantoro (2017). Kelompok kedua yang menyatakan bahwa leverage bukanlah variabel mediasi ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas antara lain Wulandari (2013), Rubiyani (2016), Andanika dan Ismawati (2017).

Berdasarkan data BEI 2016, 47% perusahaan properti dan real estate memiliki perusahaan nilai (Tobin Q) dibawah 1, meskipun rata-rata nilai pasar adalah 1,19. Pertunjukan ini bahwa 47% perusahaan di sektor properti dan real estate tidak dapat mengelola asetnya baik sehingga investor meremehkan perusahaan untuk nilai buku riil mereka.

Penjelasan perubahan nilai perusahaan perlu studi lebih lanjut untuk memastikannya pengambil keputusan untuk membuat keputusan yang tepat. Manajemen dapat melakukan intervensi variabel independen untuk mempertahankan dan mendorong peningkatan nilai perusahaan. Sedangkan hasil estimasi perusahaan dapat dimanfaatkan oleh investor dari nilai perusahaan sebagai dasar untuk berinvestasi, membeli, menjual atau memelihara saham mereka kepemilikan.

Di sisi lain, hasil penelitian dapat mendorong perkembangan keuangan literatur, khususnya studi tentang nilai perusahaan di Indonesia yang merupakan hasil penelitian temuan masih bervariasi.

Adapun *research gap* dari penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa variabel bebas mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap variabel endogen dari beberapa penelitian. Penelitian dari Robert (2019) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Lalu pengungkapan CSR mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pengungkapan CSR mampu memediasi pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil penelitian diungkapkan oleh Suarjaya (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, profitabilitas dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta CSR dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berbeda lagi dengan Suryanawa (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas dan CSR berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, lalu ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta pengungkapan CSR berpengaruh positif tidak signifikan dalam hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya hasil penelitian dari Bhakti (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, lalu pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dengan ukuran

perusahaan sebagai variabel moderasi memperkuat dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta pengungkapan CSR dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperlemah dan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian dari Prasetyowati (2016) yang menunjukkan bahwa likuiditas, *firm size*, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi penelitian dengan judul “ **PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN LQ45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2019**”.

1.2. Ruang Lingkup

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, serta untuk mengetahui variabel bebas dimana yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat. Adapun ruang lingkup permasalahan dalam penelitian adalah sebagai berikut ini :

- 1.2.1. Penelitian mengambil obyek penelitian perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

- 1.2.2. Variabel terikat pada penelitian ini adalah nilai perusahaan sedangkan variabel bebas pada penelitian ini dibatasi pada likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, serta *corporate social responsibility* (CSR).
- 1.2.3. Penelitian dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan setelah penyusunan proposal disetujui oleh dosen pembimbing.

1.3. Rumusan Masalah

Banyak fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan salah satunya pada perusahaan LQ45 di Indonesia. Rata-rata imbalan penghasilan (*return*) delapan saham LQ45 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia mencapai 12,35% diawal 2017. Tingkat *return* saham LQ45 dalam kurun waktu tiga tahun terakhir cenderung kecil, dengan rasio nilai buku terhadap harga saham atau *price to book value* (PBV) di bawah satu, mengindikasikan tingkat kepercayaan investor terhadap saham Grup ini mengalami penurunan. Nilai perusahaan yang sudah *go public* tercermin pada harga saham perusahaan, untuk memaksimumkan nilai perusahaan memiliki arti yang luas dari pada memaksimumkan laba perusahaan. Analisis keuangan membantu manajemen dalam mengidentifikasi kelemahan dan mengambil langkah-langkah perbaikan. Serta pengaruh dari likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka pertanyaan penelitian yaitu:

- 1.3.1. Apakah likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
- 1.3.2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
- 1.3.3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
- 1.3.4. Apakah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
- 1.3.5. Apakah likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan dan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan secara simultan?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1.4.1. Untuk menguji pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
- 1.4.2. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- 1.4.3. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- 1.4.4. Untuk menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
- 1.4.5. Untuk menguji pengaruh likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan secara simultan.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1.5.1. Manfaat bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya wawasan pengetahuan yang berhubungan dengan likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan informasi tambahan maupun pembandingan peneliti lain yang penelitiannya sejenis dengan penelitian ini.

1.5.2. Manfaat bagi praktisi

Sebagai referensi manajemen perusahaan, calon investor, dan *stakeholder* dan juga sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan keputusan dalam laporan tahunan perusahaan.

