

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia ditandai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, pergerakan tingkat suku bunga bank dan inflasi yang cukup stabil, semakin baik kualitas infrastruktur yang sudah terbangun serta banyaknya para pelaku bisnis di Indonesia yang sudah mengoptimalkan kreativitas dan inovasinya. Hal tersebut membuat banyak investor dari dalam maupun luar negeri yang mulai tertarik untuk menginvestasikan modalnya ke perusahaan-perusahaan di Indonesia karena prospek bisnis di Indonesia yang menjanjikan. Keinginan untuk mendapatkan profit yang maksimal tentu akan memicu para pelaku bisnis meningkatkan kinerjanya. Untuk itu banyak perusahaan *go public* yang melaporkan sahamnya ke bursa efek.

Pada dasarnya tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Manajemen laba adalah suatu kondisi dimana manajemen melakukan intervensi dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal sehingga dapat meratakan, menaikkan, dan menurunkan laba. Keberlanjutan hidup perusahaan untuk jangka panjang tidak dapat dinilai hanya dengan seberapa banyak perolehan laba. Oleh karena itu, perusahaan memiliki tujuan lain yaitu meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya. Nilai perusahaan yang tinggi secara tidak langsung menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan

menginvestasikan atau menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut (Ramadhani Dkk, 2017).

Dalam menjalankan operasi bisnisnya, perusahaan tentu saja akan dihadapkan pada situasi dimana nilai perusahaan akan meningkat atau bahkan menurun. Seperti yang terjadi pada awal bulan Februari 2019/2020 kemarin, yang dikutip dalam (www.merdeka.com) “indeks harga saham gabungan (IHSG) beberapa hari terakhir mengalami pelemahan. Sejumlah sektor masuk ke dalam zona merah atau turun, salah satunya adalah manufaktur. Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Banyak sekali perusahaan perusahaan yang mengalami penurunan harga saham yang diakibatkan oleh beberapa faktor. Salah satu kasus perusahaan yang mengalami penurunan harga saham yaitu PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (Sari Roti). PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (Sari Roti) merupakan pabrik yang memproduksi pangan secara komersial dengan merk Sari Roti. PT Nippon Indosari Tbk (Sari Roti) pernah mengalami penurunan harga saham pada tahun 2019 yaitu dari harga tertinggi Rp 1.525 menjadi Rp 1.500 yaitu mengalami penurunan sebesar (1,32%). Saham ROTI ditransaksikan sebanyak 64 kali dengan total volume perdagangan sebanyak 314 saham senilai Rp 47,4 juta. Penurunan harga saham Sari roti diakibatkan oleh aksi damai 2 Desember 2019 karena Perusahaan Sari Roti membagi-bagikan roti secara gratis kepada para demo aksi damai 2 Desember 2019 (detik.com).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Nilai perusahaan. Di tengah dunia bisnis yang tengah berkembang, setiap perusahaan berusaha selalu dinamis mengikuti permintaan pasar. Selain itu, perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan semata tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat. Perusahaan harus memberikan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan adanya kebijakan mengenai kegiatan CSR, maka akan berdampak pada nilai perusahaan dan mendapatkan respon positif dari pelaku pasar.

Tren globalisasi saat ini yang disertai oleh meningkatnya permintaan stakeholders terhadap perusahaan untuk melakukan *corporate social responsibility (CSR)* telah mendorong perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR. Pertumbuhan nilai perusahaan tidak cukup hanya dinilai dengan kondisi finansial perusahaan saja. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila dimensi sosial dan lingkungan di perhatikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukannya kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). CSR adalah salah satu bentuk pertanggung jawaban perusahaan. Kesadaran mengenai pentingnya praktik CSR menjadi *trend* global, seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan mereka. Oleh karena itu, sebagai bentuk strategi jangka panjang perusahaan harus mencantumkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya (Ramadhani Dkk, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh (Ramandhani Dkk, 2017) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya, 2014) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial juga merupakan hal yang tidak kalah penting guna memperbesar laba sebuah perusahaan. Proporsi jumlah kepemilikan manajerial dalam perusahaan dapat mengindikasikan ada kesamaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Manajer sangat berperan penting dalam perkembangan perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Pihak manajemen memiliki tanggungjawab dalam mengelola perusahaan, sehingga harus cermat dalam pengambilan keputusan yang kemudian akan menjadi suatu informasi bagi para investor. Pihak yang terlibat dalam perusahaan tidak hanya manajer, tetapi ada pemilik perusahaan, direktur, dan keditur yang memiliki kepentingan berbeda-beda (Suastini Dkk, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani Dkk, 2017) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suastini Dkk, 2016) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total aset yang dimiliki perusahaan (Pratama & Wiksuana, 2016). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula aset dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dari pesaing utamanya. Perusahaan dengan total aktiva berjumlah besar akan mendapat perhatian lebih dari investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya dibandingkan dengan perusahaan kecil (Imron Dkk, 2016).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pratama dan Wiksuana, 2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prastuti dan Sudiarta, 2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan keefektifan kinerja perusahaan (Ramadhani Dkk, 2017). Secara teoritis semakin tinggi tingkat keuntungan atau profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial perusahaan dengan nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan

ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Profitabilitas memiliki peranan penting dalam menentukan masa depan perusahaan (Rahardjo Dan Mudarni, 2016). Penelitian ini bertujuan bahwa profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat hubungan antara CSR, kepemilikan manajerial, dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.. Adapun indikator profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah (ROE) *Return On Equity*. ROE atau hasil pengembalian ekuitas sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Arianti & Putra, 2018) yang menyatakan bahwa Profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR, kepemilikan manajerial, terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puspaningrum, 2017) yang menyatakan bahwa Profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak memengaruhi hubungan antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang kurang maksimal sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi. Penelitian ini mengadopsi penelitian dari (Ramadhani Dkk, 2017) tentang pengaruh *corporate social*

responsibility dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

Perbedaan pertama penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani Dkk, 2017) adalah menggunakan dua variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dan kepemilikan manajerial, sedangkan dalam penelitian ini menambahkan satu variabel independen yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan indikator yang dapat menunjukkan baik atau tidaknya kondisi perusahaan. Perusahaan yang besar tentu memiliki aktivitas operasi yang besar pula, sehingga cenderung memiliki pengaruh permintaan publik mengenai informasi yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal tersebut juga dibuktikan dengan hasil penelitian terdahulu dari (Pratama dan Wiksuana, 2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan yang kedua pada penelitian (Ramadhani Dkk, 2017) melakukan penelitian pada tahun 2013-2015, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian pada tahun 2015-2019.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2015-2019)”**.

1.2 Ruang Lingkup

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
2. Penelitian ini meneliti mengenai nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang ditinjau dari CSR, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai moderating.

1.3 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019?
2. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019?
4. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan memperkuat profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019?
5. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan memperkuat profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019?

6. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan memperkuat profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019.
2. Menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019.
3. Menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019.
4. Menganalisis pengaruh profitabilitas akan memperkuat *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019.
5. Menganalisis profitabilitas akan memperkuat kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019.
6. Menganalisis profitabilitas akan memperkuat Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu dibidang akuntansi khususnya pada bagian nilai perusahaan dan sebagai pengembangan nilai belajar.

b. Manfaat Praktis

Dilihat dari segi praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Bagi pemerintah, untuk mengetahui perkembangan dunia perekonomian terutama pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Bagi investor, untuk mengetahui perusahaan mana yang bisa dipertimbangkan untuk menginvestasikan modalnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi untuk meningkatkan penelitian-penelitian selanjutnya.