

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai berkembangnya kegiatan dalam perekonomian yang menimbulkan produk-produk yang dihasilkan baik barang ataupun jasa di dalam masyarakat bertambah. Tercatat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia terus meningkat sejak 3 tahun terakhir, yaitu 5,03% pada tahun 2016, 5,07% pada tahun 2017 kemudian 5,17% pada tahun 2018 www.bi.go.id. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin meningkat telah mendorong dunia industri baik kelas kecil, menengah ataupun besar, untuk terus maju dan berkembang meningkatkan produktivitas, investasi dan melakukan perluasan usaha guna dapat memenuhi kebutuhan pasar domestik dan ekspor. Salah satu sektor industri yang berperan sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah sektor industri barang atau sektor industri manufaktur. Industri manufaktur di Indonesia yang semakin produktif dan kompetitif mampu bersaing dalam domestik atau bahkan ekspor dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi menjadi lebih baik www.industri.kontan.co.id.

Industri manufaktur dinilai sangat antusias dalam meningkatkan produktivitas nya dalam bersaing. Capaian positif ini terlihat dari data naiknya IHSG 29,46 poin atau 0,46% pada penutupan perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia pada Kuartal I tahun 2019. Menguatnya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) ini didorong oleh kinerja yang positif dari saham-saham

perusahaan pada sektor manufaktur. Tercatat saham pada sektor manufaktur mengalami kenaikan 1,2%, kemudian sub sektor konsumen dengan kenaikan 1,5%, serta aneka industri naik 0,45% (www.katadata.co.id).

Perkembangan ekonomi yang pesat selalu diikuti dengan semakin ketatnya persaingan antar satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Perusahaan harus dapat bersaing guna mempertahankan kelangsungan hidupnya agar dapat terus beroperasi. Kemakmuran seorang investor atau pemegang saham dapat dicapai apabila harga saham perusahaan tinggi. Harga saham juga mencerminkan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham berarti kemakmuran pemegang saham akan meningkat. Dengan demikian apabila harga pasar saham meningkat berarti pula nilai perusahaan meningkat (Sartono, 2012:9).

Pada dasarnya, tujuan dari sebuah perusahaan adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya untuk memakmurkan para pemegang saham (Pramana dan Mustanda, 2017). Para pemegang saham juga akan melihat kinerja keuangan perusahaan dalam mengelola keuangannya agar mendapatkan laba yang maksimal. Apabila perusahaan mendapatkan laba yang maksimal maka akan meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan tersebut. Hal tersebut menuntut seorang manajer untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Ada beberapa alat ukur untuk mengukur Nilai Perusahaan, namun PBV akan digunakan sebagai proksi untuk menganalisis nilai perusahaan. Rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan (PBV) menunjukkan tingkat

kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan (Nurminda dkk, 2017). *Price to Book Value* yang tinggi mencerminkan tingginya tingkat kemakmuran pula bagi pemegang saham, dimana salah satu tujuan utama perusahaan yaitu kemakmuran bagi para pemegang saham. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan, dan berdasarkan penelitian sebelumnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh Profitabilitas dan *Leverage*.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Profitabilitas. Profitabilitas merupakan hal yang penting dalam rangka mempertahankan usahanya dalam jangka panjang. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. (Pramana dan Mustanda, 2016). Dengan rasio profitabilitas yang tinggi, sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Karena profitabilitas merupakan indikator yang paling sering digunakan investor untuk menilai sebuah perusahaan.

Menurut Pramana dan Mustanda, (2016) semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi disebabkan karena meningkatnya laba perusahaan menandakan baiknya kinerja yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga hal tersebut dapat menimbulkan pengaruh yang baik bagi investor. Penelitian yang dilakukan oleh (Pramana dan Mustanda 2016) menunjukkan

bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi dan Suputra, 2019) dan (Raningsih, 2018). Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ratih dan Damayanthi, 2016) dan oleh (Wulandari dan Wiksuana, 2016) yang mengatakan bahwa Profitabilitas tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan perusahaan. Rasio *leverage* atau rasio solvabilitas bisa juga dipahami dengan gambaran dari pemakaian utang oleh suatu perusahaan untuk membiayai operasional perusahaan (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Dengan kata lain *leverage* yaitu rasio yang dipakai untuk mengukur seberapa besar beban utang yang harus ditanggung perusahaan dalam pemenuhan aset atau sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang. Menurut Suwardika, (2016) penggunaan hutang (*leverage*) dianggap oleh investor sebagai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya di masa depan sehingga hal itu mendapatkan tanggapan positif oleh investor. Putusan biaya yang menggunakan hutang dapat memotong biaya penghasilan pajak karena biaya yang dikeluarkan perusahaan bisa digunakan untuk membayar bunga pinjaman. Pengurangan pajak tersebut dapat meningkatkan laba perusahaan sehingga dana dapat dialihkan untuk pembagian dividen untuk para investor. Perusahaan dapat menggunakan hutang (*leverage*) untuk memperoleh modal guna mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

Suwardika dan Mustanda (2017) mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andanarini, (2017), Wulandari dan Wiksuana, (2017) dan Mufliha, (2017) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, tetapi tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Novari, 2016) dan oleh (Nurminda dkk, 2017) yang mengatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Dari variabel yang telah dijelaskan di atas, masih terdapat adanya *research gap*. Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* dimasukkan sebagai variabel yang dapat memoderasi dan memperjelas hubungan diantara variabel profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga didukung dengan adanya UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 47 Tahun 2012 yang menyatakan bahwa perusahaan yang memanfaatkan atau berdampak terhadap fungsi sumber daya alam dituntut tidak hanya mencari keuntungan semata, namun harus juga peduli terhadap kepentingan social dan lingkungan di perusahaan melaksanakan tugas maupun pelaksanaan perusahaan tersebut dalam bidang sumber daya alam.

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan sebagai pemoderator karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan faktor lain yang dipertimbangkan perusahaan guna meningkatkan nilai perusahaan, karena penerapan program CSR merupakan hal yang penting bagi perusahaan

dan merupakan strategi bisnis yang baik yang dianggap mampu menaikkan citra perusahaan telah menyadari arti penting menerapkan program CSR merupakan bagian dari strategi bisnis yang strategis dan dianggap mampu menaikkan citra perusahaan (Dewi dan Suputra, 2019). Semakin banyak bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan maka citra perusahaan akan meningkat sehingga investor akan cenderung memilih perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat. Hal tersebut seperti yang dijelaskan dalam teori legitimasi yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Para investor akan tertarik berinvestasi pada perusahaan tersebut dan akan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan (Dewi dan Suputra, 2019).

Selanjutnya ukuran perusahaan akan digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel kontrol. Variabel kontrol variabel yang dikendalikan dengan tujuan agar hubungan variabel bebas dan variabel tergantung tetap konstan tidak terpengaruh oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti (Suliyanto, 2018:129). Ukuran Perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan yang besar akan cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Apabila kondisi perusahaan stabil, dapat menyebabkan harga saham di pasar modal mengalami kenaikan. Hal tersebut menyebabkan semakin tingginya ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Novari dan Lestari 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan

berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rudangga dan Sudiarta, (2016), (Wulandari, 2016), (Pramana dan Mustanda, 2016). Namun hal tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurminda, 2017) dan oleh (Lumoly, 2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini adalah pengembangan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Pramana dan Mustanda (2016) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan *Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi”. Pada penelitian ini, peneliti menambahkan *leverage* sebagai variabel bebas karena *leverage* dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Wiksuana, (2017) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan mengganti variabel Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI periode 2016-2018. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur memiliki jumlah terbanyak daripada jenis perusahaan lainnya. Selain itu perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang besar dalam memunculkan masalah-masalah sosial seperti polusi, keamanan produk dan tenaga kerja sehingga berkaitan erat dengan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan dari ulasan latar belakang masalah dan dengan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*, TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL KONTROL**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan ?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan ?

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan agar permasalahan yang diteliti tidak meluas sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan, dengan variabel independennya yaitu profitabilitas, dan *leverage*, variabel dependennya yaitu nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel kontrol. Penelitian

dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI periode 2016-2018.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

- a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis yakni memberikan bukti empiris untuk dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya yang menggunakan variabel-variabel yang relevan.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan Profitabilitas, *Leverage*, Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi dan Ukuran Perusahaan variabel kontrol.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, terutama yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini.

d. Bagi Investor

Memberikan gambaran dan bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan berinvestasi pada sebuah perusahaan.