

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis memiliki visi berbeda bagi pemegang saham untuk mensejahterakan perusahaan, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan berdasarkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sendiri mencerminkan aset perusahaan berupa saham dan surat berharga. Pada saat ini perekonomian global secara tidak langsung akan berimbas terhadap seluruh perekonomian yang ada di Indonesia, adapun pengaruh lain yang berhubungan dengan perekonomian di Indonesia yaitu keadaan politik dalam negeri. Untuk saat ini persaingan yang ketat akan membuat suatu perusahaan meningkatkan kinerjanya supaya tujuan yang ingin dicapai dapat terkabul. Tujuan utama pada suatu perusahaan untuk bisa mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang sahamnya yaitu laba.

Nilai perusahaan memiliki ikatan yang kuat dengan harga saham, dengan demikian hal ini menjadi salah satu persepsi para pemilik modal terhadap perusahaan untuk bisa menanamkan modalnya. Indikator harga saham dapat terbentuk karena pengaruh peluang investasi pada suatu nilai perusahaan. Dengan naiknya saham maka nilai perusahaan juga akan naik, kenaikan nilai ini kemudian menjadi harapan perusahaan karena kenaikan nilai perusahaan dapat memperlihatkan bahwa pemegang sahamnya makmur.

Fenomena terkait dengan nilai perusahaan terjadi pada PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST). Pada tahun 2016 akhir perusahaan FAST telah melakukan pencairan hutang dari pasar lewat penerbitan obligasi. Adapun susunan yang ingin dibuat yaitu menyelenggarakan restoran cepat saji KFC di Tanah Air dengan surat hutang sebesar 200 Milyar yang nantinya dana tersebut akan dipakai untuk pengembangan usaha dan ekspansi untuk pembayaran bunga lancar selama periode 2016-2017. Perolehan yang didapat oleh FAST yaitu dengan memperoleh pertumbuhan laba bersih sebesar 55,79% dengan pendapatan perseroan tercatat ada sekitar Rp 2,31 triliun atau naik 11,05% dibanding dari tahun lalu. Hal ini menampakan adanya peningkatan nilai perusahaan yang ternyata diterima oleh pasar dengan peningkatan harga saham di perusahaan (Probowo, 2016).

Fenomena lainnya terkait dengan Nilai Perusahaan ada pada PT Mayora Indah Tbk, sepanjang tahun 2018 PT MYOR yang berindustri pada makanan dan minuman mampu memperoleh pertumbuhan perusahaan sebesar 7,91% atau dapat melewati pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17% dan dalam hal ini, sektor makanan merupakan salah satu yang mengalami peningkatan investasi nasional dengan kontribusi sebesar Rp.56,6 triliun pada tahun 2018 dan realisasi total investasi manufaktur sebesar Rp.222,3 triliun dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, PT MYOR juga menjadi salah satu contoh

perusahaan di Indonesia dalam penerapan Industri dengan hasil pencapaian sebesar 4.0 di Sektor Makanan dan Minuman.

Fahmi Irham (2014: 190) berpendapat bahwa, nilai perusahaan meningkat terlihat sebagai hasil yang diraih oleh kinerja perusahaan, terutama mutu kinerja keuangan, melalui realisasi total investasi di sektor manufaktur pada tahun 2018, dan pada tahun 2018 kami melihat nilai perusahaan sebesar 56,6 triliun, dalam beberapa tahun terakhir mencapai sekitar Rp 222,3 triliun. Beberapa aspek yang dapat mengukur suatu nilai perusahaan yaitu dengan melihat harga pasar sahamnya. Hal ini karena pasar saham sendiri bisa menjelaskan seluruh evaluasi investor terkait saham yang mereka miliki.

Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah *leverage*. *Leverage* merupakan pemakaian hutang disuatu perusahaan, dimana hutang tersebut digunakan untuk menutupi hutang perusahaan yang akan melakukan kegiatan operasionalnya. Menurut Weston dan Brigham (2014:122) *leverage* dapat disebut juga dengan kebijakan hutang dimana kebijakan hutang sendiri memiliki tujuan untuk mengukur perusahaan dalam menggunakan kebutuhannya dengan dana yang dipinjam melalui hutang tersebut. Sedangkan menurut (Herawati, 2013) dan (Mandey dan pangemanan, 2017), kenaikan dan penurunan nilai perusahaan disebabkan oleh penggunaan hutang yang sangat sensitif. Utang yang timbul dari bank dan pembiayaan lainnya biasanya dipandang oleh perusahaan tidak sehat dan disebabkan oleh perusahaan yang terlalu banyak berutang. Hal ini

dapat menyebabkan berkurangnya keuntungan dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Ogolmagai, 2013).

Tingkat hutang dalam usaha bisa terjadi adanya sumber dana hutang yang terpenuhi, karena *leverage* bertujuan untuk melihat seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang. Hasil yang dilakukan oleh Septariani (2017) mengatakan adanya pengaruh positif dari hutang terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, penelitian lain yang menjelaskan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Putri & Ukhriyawati (2016) dan menunjukkan bahwa utang berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Berbagai penelitian telah dilakukan oleh (Nandita & Kusumawati, 2018) dan (Dewi & Sulistiyono, 2020) menunjukkan bahwa *leverage* tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan besar dan memperkirakan tingkat efisiensi dalam penggunaan aset dan operasinya (Hermuningsih, 2013). Indikator yang dapat dipertimbangkan untuk menilai tingkat efektifitas kinerja dalam menjalankan suatu perusahaannya yaitu profitabilitas dengan melihat tingkat keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan (Indracahya, E., & Faisol, D. A. 2017). Jadi, tingginya tingkat profitabilitas yang dicapai disuatu perusahaan pasti diikuti pula dengan tingginya nilai perusahaan. Dan apabila perusahaan ingin meningkatkan nilai perusahaannya maka perlu juga untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Putranto, 2018). Penelitian yang menjelaskan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, Riaz dan Qasim (2016)

dan Purwohandoko (2017) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dapat menunjukkan keseimbangan antara pendapatan perusahaan dan kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat operasional, sehingga rasio ini mencerminkan efektivitas dan keberhasilan manajemen secara keseluruhan.

Faktor lain yang ada kaitannya dengan nilai perusahaan adalah peluang pertumbuhan. Peluang pertumbuhan merupakan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Menurut (Kartini dan Arianto 2013:132) berubahnya total aktiva yang dimiliki perusahaan diakibatkan karena adanya peluang pertumbuhan pada perusahaan. Perusahaan yang memilih menggunakan sahamnya untuk mendanai operasional perusahaan dapat dilihat dari peluang pertumbuhan disuatu perusahaan dimasa mendatang jika pertumbuhan perusahaannya itu tinggi (Hermuningsih 2013:132). Memiliki peluang penanaman modal untuk memberikan sinyal yang baik kepada investor tentang pertumbuhan masa depan perusahaan. Sinyal yang diterima dari investor dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Penelitian sebelumnya oleh Hermuningsih (2013) yang menjelaskan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan memperlihatkan bahwa peluang pertumbuhan mempunyai dampak positif yang besar terhadap nilai perusahaan. Sari (2013) dan Prasetyorini (2013) melakukan hal yang sama, menunjukkan bahwa peluang pertumbuhan memiliki dampak positif yang besar terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya adalah ukuran perusahaan. Di perusahaan besar, investor lebih cenderung menerima perusahaan jika ukurannya menunjukkan kinerjanya sangat baik, dan perusahaan lebih berharga. Salah satu hal yang mencerminkan ukuran perusahaan adalah total asetnya, tempat dimana investasi besar menjadi mudah. Menurut Rai dan Merta (2016), modal yang besar maupun kecil dapat digunakan untuk mencerminkan suatu perusahaan tersebut.

Secara umum, kreditur lebih cenderung mempercayai perusahaan besar untuk dapat memperoleh sumber pendanaan dan meningkatkan nilainya (Pramana dan Mustanda, 2016). Hasil penelitian dilakukan oleh Rizqia, (2013), Novari dan Lestari (2016) terkait ukuran perusahaan membuktikan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan suatu ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian serupa dilakukan oleh Supriyati dan Moejadi (2014) ia menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena investor memeriksa ukuran perusahaan saat membeli saham (2011).

Sering disebut sebagai tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) merupakan bentuk pemahaman tentang pentingnya mengambil tanggungjawab untuk meminimalkan terjadinya dampak yang merugikan. Dampak negatif tersebut disebabkan oleh kebijakan perusahaan dan kegiatan operasional. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat digambarkan sebagai tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki masalah sosial dan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan

bisnis lingkungan perusahaan. Meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan dapat dilihat dari banyaknya tanggungjawab perusahaan terhadap sosial lingkungannya. Perusahaan yang mempunyai citra baik terhadap masyarakat cenderung lebih diminati oleh *stakeholder*, maka dari itu semakin tinggi pula loyalitas konsumen (Retno dan Priantinah, 2012).

Komitmen berkelanjutan sebuah perusahaan untuk mengadopsi sikap etis, kontribusi terhadap pembangunan ekonomi, dan mengembangkan kualitas keseluruhan tenaga kerja dan masyarakat sekitarnya sering disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (Georgeta dan Florinita, 2013)). Penelitian sebelumnya oleh Qomariah (2015) menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang sama dilakukan oleh Putra (2015), Uadiale dan Fagbemi (2013), serta Vintila dan Duca (2012) membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan lanjutan dari penelitian tahun 2019 oleh I Gusti Ayu Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Damaryanti yang membandingkan profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pertama, mengganti variabel struktur modal dan likuiditas menjadi variabel *growth opportunity* dan variabel *leverage* serta menambahkan variabel *corporate social*

responsibility. Alasan pengembangan penelitian tersebut yaitu karena masih adanya keterbatasan pada variabel independen yang diduga juga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan kedua, yaitu terletak pada objek perusahaan yang diteliti. Objek yang diteliti adalah perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan objek perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Perbedaan ketiga, yaitu periode penelitian dimana penelitian terdahulu menggunakan periode 2014-2017 sedangkan penelitian ini menggunakan periode 2017-2020.

Berdasarkan latar belakang adanya variasi hasil penelitian (*research gaps*) terhadap faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, maka peneliti melakukan penelitian dengan Judul “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan” (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Papan Utama Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode (2017-2020).

B. Perumusan Masalah

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

1. Apakah *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

3. Apakah *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar masalah yang diteliti lebih selaras dengan tujuan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian hanya membahas tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, *growth opportunity*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode (2017-2020).

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian ini adalah :
 - a. Untuk menemukan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
 - b. Untuk menemukan bukti bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
 - c. Untuk menemukan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

- d. Untuk menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
 - e. Untuk menemukan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2. Manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

a. Bagi Perusahaan

Penelitian dapat memberikan informasi kepada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* terkait *leverage*, profitabilitas, *growth opportunity*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

b. Bagi Calon Investor

Penelitian ini dijadikan bahan pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi atau menanamkan modalnya.

c. Bagi Akademis

Pada penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian yang sejenis khususnya pada penelitian *Consumer Non-Cyclicals* papan utama.