

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekspansi sektor manufaktur masih terus meningkat. Hal tersebut terlihat beberapa kinerja sektor manufaktur yang makin membaik, seperti PDB, realisasi investasi, capaian ekspor, serapan tenaga kerja dan *Purchasing Manager's Index* (PMI) Manufaktur. Kontribusi sektor industri manufaktur terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Sejak 2010, sektor industri terus memberikan kontribusi terbesar pada PDB nasional, bahkan di kala puncak pandemi terjadi pada tahun 2020-2021. Pada 2021, sektor industri mencatatkan PDB sebesar Rp2.946,9 Triliun, meningkat dari tahun 2020 yang mencapai Rp2.760,43 Triliun. Sepanjang tahun 2021, investasi sektor manufaktur mencapai Rp325,4 Triliun. Angka tersebut melewati target capaian investasi manufaktur yang diproyeksikan Kemenperin sebesar Rp280 triliun hingga Rp290 Triliun, serta naik sebesar 19% dari tahun 2020 (Kemenprin.go.id).

Dari data yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur telah berkembang menjadi salah satu industri yang menyokong perekonomian Indonesia. Dengan demikian, perusahaan manufaktur tentunya banyak menggunakan sumber daya baik alam maupun

manusia untuk menjalankan usahanya dan memiliki tanggung jawab terhadap banyak *stakeholder* (Siahaan dan Wirawan, 2020).

Salah satu kasus pencemaran limbah yang terjadi adalah kasus PT. Putra Restu Ibu Abadi (PRIA). Konflik berkepanjangan antara PT. Putra Restu Ibu Abadi (PRIA) di Desa Lakardowo, Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto dengan masyarakat Lakardowo yang berlangsung sejak 2010 hingga saat ini juga belum menemukan titik terang. Selama enam tahun sudah warga harus menikmati pencemaran yang dilakukan oleh PT. PRIA yakni timbunan limbah B3 berupa limbah fly ash, botton ash, sludge kertas, sludge industri, limbah media dan bahan makanan olahan kadaluarsa yang ditimbun oleh PT. PRIA dengan dalih pembuatan batako, telah menyebabkan air tanah warga Lakardowo tercemar. Selain berdampak pada air, timbunan limbah B3 juga turut mencemari tanah pertanian. (Hilda et al., 2021).

Keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan bisnis perusahaan, melainkan juga dilihat dari sejauh mana kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Kepedulian perusahaan tersebut salah satunya dapat dinilai melalui laporan keberlanjutan yang memperlihatkan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang ditimbulkan dari operasional perusahaan, baik dampak positif maupun negatif. Untuk menjadikan perusahaan bernilai baik, maka perusahaan harus transparan dalam seetiap pelaporan aktivitas perusahaan (Sari dan Susanto, 2021).

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif mengharuskan perusahaan

untuk mengembangkan dan menggunakan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Tingginya persaingan bisnis ini menyebabkan timbulnya kompetisi dari para pengusaha untuk mengelola perusahaan semaksimal mungkin dan tetap meningkatkan kinerja untuk memiliki keunggulan bersaing. Salah satu perusahaan yang terdorong untuk selalu meningkatkan kinerjanya yaitu perusahaan manufaktur (Rahmawati dan Mahfudz, 2018).

Industri manufaktur di Indonesia memiliki kemampuan produktif dan memberikan efek secara luas bagi perkembangan Indonesia, hal tersebut dapat meningkatkan nilai tambah bahan baku, penambahan jumlah tenaga kerja, serta tingginya devisa dengan mencatatkan pajak dan cukai yang tinggi (Saputri, 2021). Sektor industri mempunyai angka persentase kinerja diatas Produk Domestik Bruto (PDB) secara nasional menjadi peran penting untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan (Gunawan et al., 2019).

Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan perusahaan memiliki kegiatan operasional yang baik dan memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya (Hidayat, 2019).

Perbandingan finansial bisa merefleksikan tinggi ataupun rendah nilai industrinya (Asnawi dkk., 2019). Beragam faktor yang bisa memberi pengaruh nilai industri diantaranya *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan (*firm size*), *leverage* serta profitabilitas (Setiawati & Lim, 2018).

Faktor yang pertama adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut Abidin & Dalimunthe (2018) *corporate social responsibility* adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teori, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder* terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul akibat adanya modernisasi masyarakat yang sudah memahami bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan membawa dampak negatif pada lingkungannya. Dalam proses produksinya perusahaan manufaktur pasti akan menghasilkan limbah produksi, sangat erat hubungannya dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan juga mengharuskannya untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi sehingga masalah keselamatan kerja juga perlu diperhatikan. Di sisi lain, perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat (Tarigan, 2018). Setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan citranya baik itu di mata pemegang saham ataupun di mata masyarakat. Banyak hal yang dapat mendukung untuk meningkatkan nilai perusahaan, beberapa caranya dengan menerapkan *corporate social responsibility* (Sukantini et al., 2021).

Corporate Social Responsibility (CSR) yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan, serta meningkatkan investasi. Perkembangan perekonomian di Indonesia pun semakin meningkat, selain memberikan tanggung jawab,

perusahaan juga harus mampu memberikan laporan keuangan mengenai laba atau kinerja keuangan perusahaan dalam periode tertentu. Menurut penelitian Putri dan Budiyanto (2018), Setiawati dan Lim (2019), Ayem dan Nikmah (2019), Suminar dan Idayati (2019), Wirawan et al, (2020), Rahmantari (2021) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hal berbeda dinyatakan oleh Mukhtarudin et al. (2019), Kurniawati et al, (2021), Puteri dan Laily (2018), Firda dan Efriadi (2020) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang kedua adalah ukuran perusahaan (*firm size*). Menurut Hartono dalam Agnewiranti & Azib (2018) ukuran perusahaan berarti kecil atau besar industri bisa dilakukan pengukuran menggunakan jumlah aktiva dibagikan terhadap aset industri melalui penggunaan perhitungan nilai logaritma jumlah aktivanya itu. Total aset perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai kedewasaannya. Perusahaan yang sudah berada ditahap kedewasaan memiliki arus kas positif dan diperkirakan memiliki aspek yang menguntungkan dalam jangka waktu yang lama (Suwardika dan Mustanda, 2017). Bila industri atau perusahaan mempunyai jumlah aset yang kuat dan besar, pihak manajemen bisa lebih bebas untuk mempergunakan asetnya yang tersedia itu (Nandita & Kusumawati, 2018).

Penelitian Indriyani (2017), Istamarwati dan Suseno (2017), Suwardika & Mustanda (2017), Sari & Sanjaya (2019), Oktaviani dkk., (2019), Wulandari dan Wiksuana (2017), Dewi & Abundanti (2019), Firda dan Efriadi (2020),

Rahmantari (2021) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam riset yang dilakukan oleh Selin dkk., (2018), Setiawati dan Lim (2018), Nandita & Kusumawati (2018), Dewantari dkk., (2019) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang ketiga adalah *leverage*. Berdasarkan Muharramah & Hakim (2021) *leverage* merupakan suatu resiko keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan hutang. *Leverage* hadir ketika industri mempergunakan aktiva yang mempunyai biaya pengoperasian tetap. Untuk rentan waktu yang lama, seluruh biaya bisa mempunyai sifat variabel, maknanya bisa mengalami perubahan selaras terhadap total produk yang diciptakan (Dewantri dkk., 2020). Fluktuasi nilai industri yang ada disebabkan adanya beragam faktor yang mempengaruhinya. Suatu variabel yang bisa memberi pengaruh nilai tersebut yakni perbandingan hutang ataupun *leverage* yang umumnya disebut *Debt to Equity* (DER) serta *Debt to Ratio* (DAR). Tapi, dalam riset berikut peneliti bisa berfokus pada faktor *leverage* (DER) kepada nilai industri. *Leverage* (DER) sebagai perbandingan yang mengukur antara utang industri kepada jumlah aktiva (Antoro & Sri, 2018).

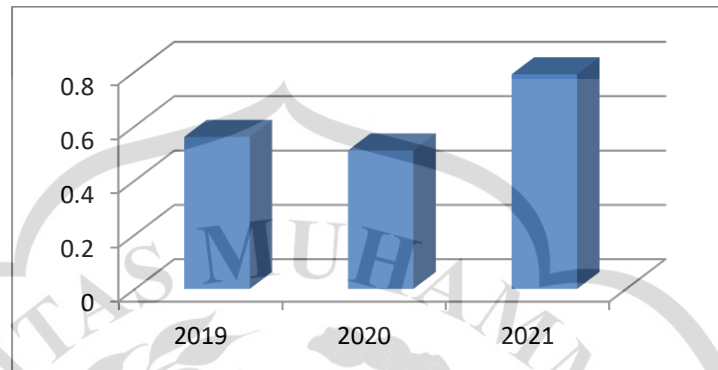
Pada penelitian dari Erna & Utama (2018), Naja & Fuadati (2018), Setiawati & Lim (2018) menyatakan variabel *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal berikut didukung terhadap hasil riset

yang dilakukan oleh Wulandari dan Wiksuana (2017), Dwi (2018), Dewi dan Abudanti (2019), Firda dan Efriadi (2020). Namun hal berbeda dinyatakan oleh Mery (2017), Martin & Husaini (2019), Kolamban dkk., (2020), Wijayanti dkk. (2020) pada penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa variabel leverage berengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang terakhir yakni profitabilitas. Dalam penelitian ini profitabilitas yang diukur dengan ROA digunakan sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan karena para pemegang saham mengukur tingkat efisiensi dalam suatu perusahaan melalui pencapaian keuntungannya (Sondakh, 2019).

Menurut Kasmir (2018) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan (Chasanah, 2018). Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode tertentu dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut (Setyawan, 2021).

PROFITABILITAS (ROA) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR



Gambar 1. 1
Kenaikan dan Penurunan Profitabilitas (ROA)
Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2019-2021

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah, 2022)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat terlihat dimana profitabilitas perusahaan manufaktur tahun 2019-2021 mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Adanya indikator pengukuran tersebut dapat dijelaskan sebagai dasar melakukan review dan evaluasi, sehingga perusahaan dapat melihat prospek perusahaannya di periode selanjutnya sebagai upaya mempertahankan keberlanjutan perusahaan (Saputra, 2020).

Menurut Retno dan Anggraini (2006) dalam Wulandari et al. (2022) menyebutkan bahwa banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR. Semakin baik kinerja perusahaan di dalam memperbaiki lingkungannya, maka nilai perusahaan semakin meningkat dan akibatnya para investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Semakin

tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Pristianingrum, 2017). CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudha et al. (2021), Ayem dan Ginting (2020), Felycia dan Lasdi (2021), Firda dan Efriadi (2020) serta Jovita & Lisandri (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmantari (2021) serta Wahyuni (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan adalah nilai yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara, yaitu dilihat dari total aset, total penjualan dan kapitalisasi pasar (Nurminda et al., 2017). Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, maka pihak perusahaan akan lebih bebas dalam mempergunakan aset yang ada pada perusahaan tersebut, sehingga perusahaan akan lebih mudah dalam mengendalikan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi ukuran perusahaan dalam suatu perusahaan maka nilai perusahaan pun semakin tinggi (Dwiastuti dan Dillak, 2019). Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Akbar dan Fahmi (2020) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan yang memiliki ukuran besar mempunyai pengaruh terhadap

peningkatan profitabilitas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudha et al. (2021), Ayem dan Ginting (2020), Felycia dan Lasdi (2021), Firda dan Efriadi (2020) serta Jovita & Lisandri (2020) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuga dan Retnani (2021) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Muttaqin et al. (2019) *leverage* digunakan untuk menjelaskan penggunaan hutang untuk membiayai sebagian dari pada aktiva korporasi. Pembiayaan hutang mempunyai pengaruh bagi korporasi karena hutang mempunyai beban yang bersifat tetap. Dalam hal ini profitabilitas diharapkan dapat memperkuat atau memperlemah (memoderasi) hubungan antara kebijakan hutang dengan nilai perusahaan. Profitabilitas memiliki peran penting dalam kebijakan hutang, dimana kebijakan ini pada akhirnya dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Hal ini berarti tinggi rendahnya leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun pada tingkat tertentu tingkat penggunaan hutang yang tinggi mampu memberikan manfaat yang baik bagi suatu perusahaan karena produksi dapat mengalami peningkatan sehingga laba juga mengalami peningkatan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Khotimah et al. (2020) serta Yudha et al. (2021) membuktikan bahwa profitabilitas mampu moderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muttaqin et al. (2019), Firda dan Efriadi (2020)

membuktikan bahwa profitabilitas tidak mampu moderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Industri manufaktur menjadi industri yang penting bagi perkembangan perekonomian bangsa, karena jumlah emiten perusahaan manufaktur merupakan yang terbesar di Bursa Efek Indonesia, hal ini tidak terlepas dari banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak di dalam industri manufaktur di Indonesia. Berdasarkan alasan inilah peneliti memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari artikel jurnal terdahulu yang dilakukan oleh Dzikir et al. (2020) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi” dengan menggabungkan variabel independen dari penelitian Anugerah dan Suryanawa (2019) yaitu *Firm Size* (Ukuran Perusahaan) dan *Leverage*. Adapun perbedaan dengan penelitian sebelumnya yakni terletak pada tahun dan tempat penelitian. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Firm Size Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi***”. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2021.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan (*firm size*) terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 - 2021.
2. Seluruh perusahaan manufaktur yang memperoleh keuntungan atau laba secara berturut-turut setiap tahunnya selama periode 2019 - 2021.
3. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel bebas *Corporate Social Responsibility*, *Firm Size* dan *Leverage*, sedangkan untuk variabel terikatnya adalah Nilai perusahaan dan variabel pemoderasinya adalah Profitabilitas.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan (*firm size*) terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menguji apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan (*firm size*) terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk menguji apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Manfaat bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemikiran bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Firm Size* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dimasa mendatang khususnya bagi peneliti.

b. Manfaat bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Firm Size* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan evaluasi perusahaan tentang apa yang terjadi dilapangan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini sebagai sumber informasi dan dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan.