

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan utama pendirian perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan Mareta (2014), selain mencari laba perusahaan juga mempunyai tujuan jangka panjang yaitu meningkatkan nilai pada perusahaan. Sementara di era globalisasi saat ini persaingan bisnis mengalami kemajuan yang pesat. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh besar terhadap iklim usaha di Indonesia, Wahyuning (2015). Perusahaan yang baik harus mampu mengendalikan dan mengelola potensi keuangan (finansial) maupun potensi non finansial dalam perusahaan tersebut, dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan, dan apabila nilai perusahaan baik maka akan diikuti dengan harga saham yang tinggi serta eksistensi perusahaan dalam jangka panjang akan tetap terjaga dan kemakmuran para pemegang saham juga akan maksimal, Silvia (2013).

Nilai perusahaan merupakan sebuah persepsi dan pandangan dari investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang biasanya dilihat dan dikaitkan dengan nilai dari harga saham pada perusahaan, Silvia (2013). Menurut Brigham (2001) dalam Silvia (2013) menyatakan apabila nilai dari harga saham pada perusahaan tinggi maka secara otomatis akan membuat nilai perusahaan tersebut juga tinggi dan perusahaan akan memiliki *image* yang baik dikalangan investor, perusahaan yang memiliki *image* baik di kalangan investor maupun masyarakat

akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham. Dengan nilai perusahaan yang tinggi maka pasar akan percaya pada prospek perusahaan tersebut di masa yang akan datang Darmanto (2015). Cara untuk mengetahui nilai perusahaan bisa dilakukan dengan cara mengukur rasio-rasio keuangan dalam laporan keuangan tahunan yang ada dalam perusahaan yang akan dinilai, dan dari hasil tersebut dapat digunakan oleh investor untuk mempertimbangkan jika akan melakukan keputusan untuk berinvestasi, Analisa (2011). Rasio-rasio yang biasa digunakan dalam mengukur nilai perusahaan antara lain rasio PER, PBV dan Tobin's Q. Rasio-rasio tersebut dapat memberikan manfaat bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lalu dan prospeknya di masa yang akan datang. Dalam penelitian ini digunakan rasio PBV dalam mengukur nilai perusahaan, karena PBV merupakan alat ukur yang banyak digunakan dalam pengambilan investasi sehingga hal tersebut dapat dijadikan acuan oleh investor jika ingin melakukan keputusan dalam berinvestasi. Investor percaya jika nilai suatu perusahaan baik maka kinerja pada perusahaan tersebut juga baik sehingga menjadikan daya tarik investor untuk berinvestasi Hendrik (2017).

Profitabilitas merupakan salah satu indikator yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, jika nilai profitabilitas suatu perusahaan tinggi bisa dinilai bahwa perusahaan tersebut mampu mengelola potensi perusahaan itu dengan baik Silvia (2013). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, investor bisa melihat sejauh mana pertumbuhan dari suatu perusahaan jika nilai

profitnya tinggi karena tujuan utama dari perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan Wahyuning (2015). Apabila tingkat profitabilitas tinggi maka harga saham pada perusahaan juga akan meningkat. Apabila nilai profitabilitas meningkat maka perusahaan akan mampu mengembalikan *return* kepada para pemegang saham sesuai dengan saham yang ditanamkan para investor, karena pada dasarnya bahwa para investor melakukan investasi untuk mendapatkan pengembalian atas apa yang sudah mereka investasikan Ifka (2017). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur melalui *return on equity* (ROE) yang digunakan sebagai alat ukur profitabilitas pada perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, semakin tinggi nilai rasio ini yang berarti bahwa semakin baik kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan.

Leverage juga merupakan rasio keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* merupakan rasio pada neraca yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang. Dalam penelitian ini *leverage* diukur sebagai DER (*debt to equity ratio*) yang merupakan perbandingan jumlah hutang jangka panjang dibandingkan dengan modal sendiri, semakin tinggi nilai rasio DER yang berarti bahwa nilai hutang pada perusahaan yang tinggi jika dibandingkan dengan modal sendiri Norma (2016). Perusahaan dengan nilai rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko yang lebih kecil begitupun sebaliknya apabila *leverage* yang semakin besar menunjukkan bahwa risiko investasi yang besar pula karena dikhawatirkan perusahaan tidak dapat melunasi hutangnya

yang mengakibatkan kerugian bagi para pemegang saham dan para pemegang saham tidak dapat mendapatkan *return*/pengembalian yang sesuai dengan saham yang sudah mereka investasikan.

Menurut Narver (1971) dalam Wahyuning (2015) ternyata tidak hanya kondisi keuangan saja yang bisa digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, kondisi non keuangan juga diperlukan untuk meningkatkan nilai perusahaan seperti kegiatan CSR. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial masyarakat sekitar dan lingkungan hidup sekitar perusahaan tersebut beroperasi. Keseimbangan informasi yang sesuai sangat diperlukan perusahaan untuk mengikuti perkembangan bisnis yang semakin kompleks, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya Silvia (2013). Tingkat kesenjangan dan kerusakan lingkungan semakin tinggi, apabila perusahaan tersebut berkembang karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali, maka dari itu perusahaan perlu melakukan kegiatan CSR, tidak hanya *shareholders*, *stakeholders* dan para karyawan saja yang merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan namun masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan juga ikut merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan tersebut. Oleh karena itu, muncul kesadaran yang berasal dari perusahaan dalam mengurangi dampak negatif tersebut yaitu dengan mengembangkan apa yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam Peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012, yang berbunyi Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-Undang tersebut merupakan tindak lanjut dari Undang-Undang perusahaan No. 40 tahun 2007. Banyak manfaat yang dapat diperoleh apabila kegiatan CSR dilakukan dengan baik, seperti meningkatkan citra perusahaan dengan cara mengembangkan kerja sama antar pemangku kepentingan, meningkatkan harga saham dan dapat mempererat komunikasi dengan *stakeholders*, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, Kusumadilaga (2010).

Banyak penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh para peneliti terkait dengan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, pada umumnya faktor yang paling berpengaruh adalah faktor keuangan yang biasanya digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap perusahaan faktor keuangan tersebut antaranya adalah profitabilitas, *leverage*, dividen, struktur modal dan ukuran perusahaan (yang dinilai dari total asetnya). Selain faktor keuangan, ada juga faktor non keuangan yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR).

Pada penelitian Hendrik (2017) profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Norma (2016) bahwa profitabilitas juga berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun

hal berbeda ditemukan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Khumairoh (2017) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Norma (2016) menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian berbeda ditemukan oleh Hendrik (2017) bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara pada penelitian Hari (2016) menunjukkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai faktor non keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan Agustina (2013), yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erviana Rosiana dalam Gede Juliarsa dan Maria (2013). Sedangkan hasil berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Zurho Saedah (2015) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Hendrik E.S Samosir (2017), di mana profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan mengacu pada penelitian Silvia (2013) di mana CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya adalah adanya CSR sebagai variabel independen, karena dengan adanya pengungkapan CSR diharapkan citra

perusahaan akan baik sehingga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah profitabilitas, *leverage* dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan paparan latar belakang diatas, judul penelitian ini adalah **Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan menguji variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris :

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai Perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang akuntansi keuangan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana yang digunakan untuk masukan dalam pengambilan keputusan khususnya pada perusahaan sub sektor *food and beverages*.
- b. Bagi investor, penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi. Selain itu diharapkan pula dapat membantu investor untuk memilih secara bijak dalam berinvestasi.