

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari nilai perusahaan, dimana investor akan menjadikan indikator nilai perusahaan untuk pengelolaan keuangan perusahaan. Investor adalah salah satu pengguna laporan keuangan yang mempunyai kepentingan terhadap informasi keuangan terkait dengan nilai perusahaan. Keputusan yang diambil menyangkut apakah investasi dilanjutkan atau tidak, berapa besarnya deviden, dan lain-lain. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan diantaranya adalah meningkatkan nilai perusahaan dan memakmurkan pemegang saham perusahaan. Perusahaan *go public* cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Pramana dan Mustanda, 2016). Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Wijaya dan Sedana, 2015). Ketika sebuah perusahaan telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan dapat dijadikan pandangan seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi.

Penelitian ini sangat menarik dilakukan karena mengingat pentingnya nilai perusahaan bagi kelangsungan hidup perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan berakibat pada kemakmuran pemegang saham yang tinggi (Brigham dan Houston, 2010: 294). Nilai perusahaan perlu selalu diperhatikan

oleh pihak perusahaan karena nilai perusahaan yang semakin tinggi akan meningkatkan kemakmuran para pemegang sahamnya sehingga perusahaan lebih kemudahan dalam memperoleh investor.

Menurut Kalbuana, *et.al* (2017) perusahaan perbankan adalah perusahaan yang mendapatkan jaminan atas aktivitas usaha yang dilakukannya dari pemerintah karena perusahaan tersebut berhubungan dengan pendanaan yang kegiatannya mengumpulkan dana dari masyarakat yang merupakan pondasi dasar kegiatan operasional perusahaan. Beberapa aktor- faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu profitabilitas (Nisa, 2017; Kalbuana, Juniar, dan Amrizal, 2017; Vaeza dan Hapsari, 2015; Nurminda et al., 2017), *leverage* (Vaeza dan Hapsari, 2015; Izzah, 2017; Nisa, 2017), ukuran perusahaan (Kalbuana, Juniar, dan Amrizal, 2017; Izzah, 2017).

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mengindikasikan prospek perusahaan yang semakin baik sehingga akan menarik minat investor dalam meningkatkan investasi saham (Izzah, 2017). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba apabila manajer perusahaan mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya operasional akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi semakin lebih besar. Apabila profitabilitas yang dihasilkan perusahaan semakin tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dan secara tidak langsung akan menarik minat investor untuk berinvestasi perusahaan tersebut (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2017), Kalbuana, Juniar, dan Amrizal (2017), Vaeza dan Hapsari (2015), Nurminda et al. (2017) dimana

semakin tinggi profitabilitas akan berdampak signifikan pada peningkatan nilai perusahaan karena profitabilitas yang tinggi maka mengakibatkan dana yang diperlukan perusahaan menjadi lebih efisien dalam menghasilkan laba (Izzah, 2017), namun kondisi yang bertolak belakang terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Warouw, *et.al* (2016) dimana perolehan profitabilitas tidak berdampak pada nilai perusahaan.

Leverage menggambarkan rasio pemakaian utang perusahaan digunakan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan dan juga merupakan usaha perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial apabila terjadi likuidasi (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Kelebihan dana hutang akan berdampak negatif pada nilai perusahaan (Ogolmagai, 2013). Namun hasil yang bertolak belakang didapati pada penelitian Vaeza dan Hapsari (2015) menemukan bahwa *leverage* berdampak positif pada nilai perusahaan. Dengan demikian *leverage* yang semakin besar secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan, begitupun sebaliknya, penggunaan *leverage* yang semakin kecil, maka akan berakibat pada penurunan nilai perusahaan. Menurut Nisa (2017) dan Izzah (2017), *leverage* berdampak negatif pada nilai perusahaan dimana *leverage* yang tinggi akan mengakibatkan kebangkrutan perusahaan, sehingga mengakibatkan investor kurang tertarik dalam menginvestasikan dana mereka di perusahaan. penurunan permintaan saham akan berakibat pada penurunan nilai perusahaan (Izzah, 2017). Namun berkebalikan dengan hasil penelitian Kalbuana, Juniar, dan Amrizal (2017), Nurminda et al. (2017) yang menemukan bahwa *leverage* secara signifikan tidak berdampak terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah cerminan total aset perusahaan miliki. Perusahaan dengan ukuran besar akan lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan pihak kreditur dalam mendapatkan pendanaan sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat (Pramana dan Mustanda, 2016). Adapun penelitian sebelumnya menurut Kalbuana, Juniar, dan Amrizal (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan berdampak pada nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian Izzah (2017) ukuran perusahaan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait ekspansi sebelum kewajiban sudah terlunasi (Izzah, 2017). Namun hal sebaliknya ditemukan dalam penelitian Indriyani (2017), Nurminda et al. (2017) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan, sehingga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak berdampak pada nilai perusahaan.

Selain ketiga variabel tersebut, peneliti menambahkan *Islamic Social Reporting* (ISR) juga berperan sebagai variabel intervening. Haniffa (2002) mengenalkan konsep *Islamic Social Reporting* (ISR), hal ini disebabkan Haniffa (2002) melihat adanya keterbatasan pada kerangka pelaporan sosial yang dilakukan lembaga keuangan konvensional. Haniffa (2002) merasa perlu membuat kerangka pelaporan berdasarkan prinsip syariah untuk membantu perusahaan yang menjalankan prinsip syariah dalam memenuhi kewajiban terhadap Allah serta kepada umat Islam secara umum. ISR adalah suatu bentuk dari tanggung jawab perusahaan dalam upaya untuk memperbaiki kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan yang terjadi akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan oleh

perusahaan. Semakin tingginya bentuk pertanggungjawaban tersebut maka akan semakin meningkatnya *image* perusahaan dan tentunya akan meningkatkan citra perusahaan menjadi lebih baik sehingga akan lebih mudah menarik minat para investor dan loyalitas pelanggan pun juga akan meningkat. Pada akhirnya hal ini akan berdampak terhadap profitabilitas perusahaan, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan akan meningkat.

Permasalahan yang mendasari penelitian ini adalah terdapat *research gap* untuk variabel yang berdampak terhadap nilai perusahaan, antara lain

1. Adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2017), Kalbuana, Juniar, dan Amrizal(2017), Vaeza dan Hapsari (2015), Nurminda et al. (2017) menemukan bahwa profitabilitas berdampak positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hal sebaliknya ditemukan dalam penelitian Warouw, Nangoi, dan Saerang(2016) bahwa profitabilitas tidak berdampak terhadap nilai perusahaan.
2. Adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan olehVaeza dan Hapsari (2015) menemukan bahwa *leverage*berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Nisa (2017) dan Izzah (2017), *leverage* berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Namun berkebalikan dengan hasil penelitian Kalbuana, Juniar, dan Amrizal(2017), Nurminda et al. (2017) yang menemukan bahwa *leverage* secara signifikan tidak berdampak terhadap nilai perusahaan.
3. Adanya perbedaaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kalbuana, Juniar, dan Amrizal (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan secara

signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Izzah (2017) menemukan ukuran perusahaan berdampak positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hal sebaliknya ditemukan dalam penelitian Indriyani (2017), Nurminda et al. (2017) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan *research gap* diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut dalam hal menganalisis nilai perusahaan. Serta penelitian yang sekarang berbeda dengan penelitian sebelumnya, peneliti menambahkan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel intervening. Peneliti terinspirasi untuk meneliti bagaimana pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah Dengan *Islamic Social Reporting* Sebagai Variabel Intervening.

1.2. Rumusan Masalah

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu profitabilitas (Nisa, 2017; Kalbuana, Juniar, dan Amrizal, 2017; Vaeza dan Hapsari, 2015; Nurminda et al., 2017), *leverage* (Vaeza dan Hapsari, 2015; Izzah, 2017; Nisa, 2017), ukuran perusahaan (Kalbuana, Juniar, dan Amrizal, 2017; Izzah, 2017). Nisa (2017), Kalbuana, Juniar, dan Amrizal (2017), Vaeza dan Hapsari (2015), Nurminda et al. (2017) menemukan bahwa profitabilitas berdampak positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengaruh tersebut disebabkan terjadinya sentimen positif para investor, karena ketika profitabilitas tinggi maka semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk

menghasilkan laba (Izzah, 2017). Tidak ada pengaruh antara profitabilitas dengan nilai perusahaan menurut Warouw, Nangoy, dan Saerang (2016). Selain profitabilitas, *leverage* juga mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Vaeza dan Hapsari, 2015). Menurut Nisa (2017) dan Izzah (2017), *leverage* berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Kalbuana, Juniar, dan Amrizal (2017), Nurminda et al. (2017) yang menemukan bahwa *leverage* secara signifikan tidak berdampak terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Kalbuana, Juniar, dan Amrizal, 2017). Menurut penelitian Izzah (2017) menemukan ukuran perusahaan berdampak positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait ekspansi sebelum kewajiban sudah terlunasi (Izzah, 2017). Namun hal sebaliknya ditemukan dalam penelitian Indriyani (2017), Nurminda et al. (2017) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya besar kecilnya ukuran perusahaan tidak berdampak pada nilai perusahaan. Ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, ukuran perusahaan yang besar berarti perusahaan menganggap perlu mengungkapkan informasi yang lebih luas dalam melaksanakan kegiatan ISR perusahaan (Wulandari, 2015). Semakin tingginya bentuk pertanggungjawaban tersebut maka akan semakin meningkatnya kepercayaan *stakeholder* sehingga mampu meningkatkan Nilai perusahaan (Setiawan et al., 2018). Hutabarat dan Siswantaya (2017) Pengungkapan CSR tidak berdampak terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah Profitabilitas berdampak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII?

1. Apakah *Leverage* berdampak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berdampak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII?
3. Apakah *Islamic Social Reporting* berdampak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII?
4. Apakah Profitabilitas berdampak signifikan terhadap *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di JII?
5. Apakah *Leverage* berdampak terhadap *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di JII?
6. Apakah Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di JII?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, maka tujuan dilakukan penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh dari Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII.
2. Untuk menguji pengaruh dari *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII.
3. Untuk menguji pengaruh dari Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII.
4. Untuk menguji pengaruh dari *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII.
5. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di JII.
6. Untuk menguji pengaruh *Leverage* terhadap *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di JII.
7. Untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di JII.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademika

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya dan bisa menambah referensi ilmu pengetahuan dibidang akuntansi keuangan, khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Bagi Investor dan Perusahaan

Memberikan informasi bagi investor mengenai bagaimana profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan, serta peran pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel intervening sehingga investor dapat menggunakannya sebagai indikasi perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif, dan menjadi pertimbangan dalam menentukan investasi. Dapat memberikan pertimbangan untuk perusahaan dalam mengambil tindakan-tindakan yang efektif dan efisien untuk kinerja perusahaan.