

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari waktu ke waktu, serta banyaknya perusahaan saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Dalam mengembangkan usaha, perusahaan memerlukan tambahan modal baik dari dalam perusahaan seperti laba ditahan maupun dari luar perusahaan seperti surat hutang obligasi atau menerbitkan saham di pasar modal bursa efek.

Tujuan normatif dari memaksimalkan kekayaan pemegang saham dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan. Memaksimalkan nilai pasar perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham perusahaan yang sudah *go public* (Sudana, 2011).

Di Indonesia banyak tumbuh perusahaan yang termasuk dalam golongan perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari tiga jenis sektor; yakni sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi. Perusahaan-perusahaan manufaktur tersebut memiliki harga saham yang fluktuatif. Sehingga para investor memilih untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan manufaktur tersebut.

Menurut Yuliafitri (2011) menyatakan perusahaan manufaktur di Indonesia merupakan sektor industri yang mempunyai potensi yang sangat besar dilihat dari jumlah penduduk sekitar 220 juta jiwa dengan cadangan sumber daya

alam yang berlimpah. Sejarah membuktikan perusahaan manufaktur sempat menjadi tonggak perekonomian Indonesia, dimana pada masa sebelum krisis pertumbuhan manufaktur lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi, sehingga ekonomi terus berada di atas 70% selama 30 tahun.

Aktivitas ekonomi dalam perusahaan merupakan tujuan akhir dari pencapaian suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi. Jika dilihat dari sudut pandang prinsip ekonomi, perusahaan sebagai entitas memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan aktivitas ekonomi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat apabila harga saham meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Suharli, 2006).

Nilai perusahaan bagi pihak kreditur berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman atau hutang jangka pendek yang diberikan oleh pihak kreditur. Nilai perusahaan merupakan karakteristik yang cenderung memberikan evaluasi mengenai kinerja perusahaan baik dari internal maupun eksternal perusahaan (Cahyaningtyas, 2015). Soliha dan Taswan (2002) menyatakan nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham memilih untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan memiliki peranan penting dalam perusahaan karena

ketika perusahaan memiliki nilai yang bagus maka perusahaan akan mendapatkan posisi tersendiri dalam lingkungan bisnis. Selain itu, tingkat keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari nilai perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan sebuah informasi bagi investor bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan profit yang tinggi sehingga perusahaan tersebut dapat terjaga.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu telah banyak dilakukan. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ryan (2017) menyatakan bahwa profitabilitas terbukti memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, yang diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif dengan perbandingan antara laba yang diperoleh dalam satu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut (Munawir, 2007:33). Profitabilitas dinilai sebagai salah satu informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat dijadikan acuan bagi para investor agar investor tertarik dan mau menanamkan modalnya pada perusahaan. Ketika reaksi pasar merespon secara positif dari laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selain profitabilitas, faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial dimana semakin tinggi jumlah saham yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Hubungan antara kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan adalah hubungan nonmonotonic yang muncul karena adanya insentif yang dimiliki oleh manajer dan mereka berusaha melakukan pensejajaran kepentingan dengan outsider ownership dengan cara meningkatkan kepemilikan saham mereka jika nilai perusahaan meningkat. Hal ini didukung Penelitian yang dilakukan oleh Febrina & Lintang (2014) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, lebih jelas disajikan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 1.1
Research Gap

No.	Variabel	Hasil Penelitian	
		Berpengaruh Signifikan (+/-)	Tidak Berpengaruh
1.	Profitabilitas, terhadap Nilai Perusahaan	<p>Ika & Siddiq (2013) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Dwi & Dahlia (2015) menyatakan Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Indri Dunanti (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh</p>	

		signifikan terhadap perusahaan. Sri Murni, dkk (2018) juga menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.	
2.	Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan	Muhammad Ryan & Ni Gusti (2017) menyatakan Kepemilikan Manajerial memiliki pengaruh negative pada nilai perusahaan.	Ika & Shiddiq (2013) menyatakan kebijakan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan	Putu Elia (2018) menyatakan CSR berpengaruh terhadap positif terhadap nilai perusahaan. Ida Bagus (2019) juga menyatakan bahwa CSR juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	

Penelitian ini mengambil variabel profitabilitas dan kepemilikan manajerial karena berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang dipaparkan pada tabel di atas masih terhadap pengaruh yang belum konsisten. Adanya research gap memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengungkapkan lebih jauh variabel yang dapat menentukan fluktuatifnya pengaruh profitabilitas dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti menggunakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai

variabel moderating yang diduga ikut menentukan pengaruh terkait dengan pengaruh profitabilitas dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan akan semakin baik sehingga meningkatkan laba penjualan dan selanjutnya akan berdampak pada profitabilitas yang meningkat. Permintaan saham yang tinggi akan membuat para investor menghargai nilai saham lebih besar dari pada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan, sehingga nilai perusahaan pun tinggi. (Sri dan Ragil, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017 pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR?

4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan CSR?
5. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa hal-hal seperti berikut :

1. Pengaruh antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
2. Pengaruh antara Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.
3. Pengaruh antara Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.
4. Pengaruh antara Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan CSR.
5. Pengaruh antara Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat seperti berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai masalah yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI, serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu menambah pengetahuan peneliti terkait pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai perusahaan yang dimoderasi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

b. Bagi Investor

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi investor tentang faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.