

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Berlangsungnya kehidupan perusahaan merupakan hal yang penting bagi orang-orang yang memiliki hubungan keuntungan dengan perusahaan. Perusahaan tidak akan mampu berdiri sendiri tanpa adanya orang-orang atau badan yang membantu pendanaan perusahaan. Pendanaan yang dilakukan tentunya harus memberikan kompensasi yang sesuai dengan harapan. Para investor dan kreditor tidak akan berkenan untuk berinvestasi jika perusahaan tidak dapat memberikan kompensasi yang sesuai di masa yang akan datang. Sebelum melakukan investasi maupun memberikan kredit kepada perusahaan, para investor dan kreditor akan melakukan berbagai analisis untuk dapat menilai apakah perusahaan mampu memberikan kompensasi dari investasi yang mereka tanamkan di perusahaan tersebut. Salah satu alat yang dapat memberikan informasi agar para investor dan juga kreditor dapat memutuskan untuk melakukan investasi ataupun pemberian kredit adalah nilai perusahaan, yang tercermin dari harga pasar sahamnya (Priyastuty, 2015).

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public* (Retno dan Denies, 2012). Dalam proses

memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency problem*. Tidak jarang pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham, hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi dan sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Permanasari, 2010).

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai cerminan nilai aset yang dimiliki perusahaan ketika akan dijual. Menurut Sartono (2008), nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Menurut Rustendi dan Jimmi (2008), nilai perusahaan adalah sebagai berikut: *“Value of the firm is the price for which the firm can be sold, which equals the present value of future profits”*.

Dengan kata lain bagi perusahaan yang telah menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjualbelikan di bursa merupakan indikator nilai. Tinggirendahnya harga saham yang dikeluarkan banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten, sehingga dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham.

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi.

Disamping itu, perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab kondisi keuangan saja, namun juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat untuk ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006). Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam

waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan juga meningkat. Hal ini akan menjadikan nilai perusahaan meningkat.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2006), Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Keuntungannya yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya. Weston dan Coveland (1992) mendefinisikan profitabilitas sejauh mana perusahaan menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, *supplier*, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Jadi, secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin tinggi nilai suatu perusahaan.

Selain itu faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva (Muliandi, 2010). Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) ukuran perusahaan (*firm size*) yang besar menunjukkan perusahaan mengalami

perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dapat dilihat dengan menghitung seberapa besar aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan menggambarkan hak dan kewajiban serta permodalan perusahaan. Perusahaan besar pada dasarnya memiliki kekuatan finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja, tetapi di sisi lain perusahaan dihadapkan pada masalah keagenan yang lebih besar. Dalam menghadapi guncangan ekonomi, biasanya yang lebih kokoh berdiri adalah perusahaan yang berukuran besar, meskipun tidak menutup kemungkinan dialaminya kebangkrutan, sehingga investor akan lebih cenderung menyukai perusahaan berukuran besar daripada perusahaan kecil.

Penelitian mengenai nilai perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, yaitu hasil penelitian Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Nurlela dan Islahuddin (2008) menemukan bahwa tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan ternyata sangat rendah dan ukuran perusahaan mempengaruhi tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Sedangkan, penelitian Kusuma *et al* (2012) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yaitu perusahaan perkebunan yang *gopublic* di Indonesia, Malaysia dan Singapura, sedangkan objek pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil yang didapatkan akan sama pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia, jika teori yang diterapkan sama dengan penelitian terdahulu sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperlemah teori yang ada.

Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012 – 2014. Alasannya karena perusahaan manufaktur lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu, perusahaan manufaktur juga sangat terkait dengan lingkungan dan masyarakat. Umumnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan – perusahaan

besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 2) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 3) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2) Untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

- 3) Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### 1.4 Kontribusi dan Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat sebagai berikut:

- 1) Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang berarti, dan menjadi referensi tambahan serta sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya.

- 2) Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan kepada para calon investor yang ingin menanamkan modal dalam bentuk saham perusahaan – perusahaan yang dijadikan sampel.

- 3) Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan kontribusi bagi para pemegang kepentingan untuk dijadikan masukan, pedoman pengambilan keputusan atas kebijakan akuntansi yang digunakan.

- 4) Pemegang Saham

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat kepada para pemegang saham perusahaan – perusahaan yang dijadikan sampel dalam mengambil keputusan terkait saham yang telah dikontribusikan kepada perusahaan.