

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan semua jenis badan yang yang mempunyai usaha yang dijadikan sebagai wadah untuk berkumpulnya tenaga kerja/*labour*, modal, sumberdaya alam maupun manusia, dan kewirausahaan dengan memiliki tujuan agar mendapatkan laba atau keuntungan yang terus meningkat. Perusahaan yang mendapatkan laba yang tinggi merupakan perusahaan yang bisa menjaga keberlangsungan hidupnya dan termasuk perusahaan yang dapat tumbuh naik dan memperoleh *return* yang menjanjikan khususnya untuk pemilik modalnya dalam rangka menyejahterakan pemilik modal perusahaan. Pada era modern dan global seperti saat ini yang dipandang sangat bersaing sebuah perusahaan diharapkan harus dapat meningkatkan persaingannya baik di pasar lokal ataupun pada pasar internasional agar dapat menggapai tujuan yang diharapkan sebuah perusahaan tersebut. Hal ini berlaku khususnya pada perusahaan yang sudah *go public* maka, perusahaan tersebut berkewajiban memperhatikan keadaan finansial perusahaan dan kegiatan operasional apa saja yang dilakukan dengan cara memberikan pekerjaan untuk tenaga profesional atau yang sudah ahli di bidangnya yang akan menduduki posisi sebagai manajer ataupun komisaris dengan tugas mengatur perusahaan tersebut. Pengelola tenaga profesional atau yang sudah ahli di bidangnya yang diberikan wewenang terhadap pekerjaannya sehingga kinerja perusahaan diharapkan bisa jadi lebih terpercaya dan bisa mempertahankan posisi

serta dapat berkompetisi pada pasar lokal ataupun pasar internasional, Ferina dkk (2015).

Definisi dari nilai perusahaan bisa diartikan seperti gambaran nilai kekayaan yang dimiliki perusahaan pada saat ingin dijual. Menurut Sartono (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai harga yang ingin dibayar oleh calon investor apabila suatu perusahaan itu ingin dijual. Pada (Maurice dkk, 2002) yang dikutip dalam Rustendi & Jimmi (2008), nilai perusahaan merupakan : *“Value of the firm is the price for which the firm can be sold, which equals the present value of future profits”*. Kesimpulannya, untuk perusahaan yang sudah mengeluarkan sahamnya di pasar modal, harga jual dari saham tersebut adalah sebagai patokan nilai. Tinggi rendahnya harga saham yang terdaftar maka akan mempengaruhi pada keadaan badan usaha tersebut karena memaksimalkan harga pasar suatu perusahaan itu berarti memaksimalkan harga pasar saham di bursa efek.

Fama dan French (1998) dalam Susilawati (2013), berpendapat bahwa optimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Maksud dan tujuan dari manajemen keuangan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. tetapi, dibalik maksud dan tujuan itu masih adanya pertentangan yang terjadi antara yang punya perusahaan dengan penyedia dana atau dalam kata lain kreditur. Apabila perusahaan tidak ada kendala, itu berarti nilai saham perusahaan bisa naik, selain itu obligasi yang berbentuk nilai hutang perusahaan tidak akan terpengaruh sama sekali. Kesimpulannya yaitu nilai dari saham

kepemilikan adalah indeks yang sangat tepat sebagai syarat dalam membandingkan tingkat keefektifan suatu perusahaan. Berasal dari argumen tersebut, kemudian tujuan dari manajemen keuangan dapat disusun dalam bentuk memaksimalkan nilai saham yang dimiliki perusahaan, atau bisa juga meningkatkan harga saham perusahaan. Tujuan untuk memaksimalkan harga saham tidak selalu jika para manajer mesti berusaha memperoleh peningkatan dari nilai saham dengan cara mengorbankan para pemegang obligasi.

Nilai perusahaan pada dasarnya bisa dilihat dari beberapa aspek, yang dibahas disini yaitu harga pasar saham perusahaan hal ini dikarenakan harga pasar saham perusahaan memperlihatkan penilaian investor secara keseluruhan dari tiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham memperlihatkan pula penilaian sentral yang berasal dari seluruh pelaku pasar, harga pasar saham berperan sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Apabila nilai suatu perusahaan bisa diprosikan melalui harga saham maka memaksimumkan nilai pasar perusahaan sama saja dengan memaksimumkan harga pasar saham.

Pada beberapa tahun belakangan kinerja keuangan mengalami naik turun yang mana dikarenakan akibat dari keadaan keuangan yang tidak menentu. Oleh karena itu dengan memiliki kinerja keuangan yang bagus, maka perhatian investor akan tertuju kepada perusahaan. Nilai perusahaan merupakan keluaran dari keadaan perusahaan itu selama satu periode. jika keadaan perusahaan membaik maka dapat dipastikan untuk mendapatkan investor agar bisa menginvestasikan dananya untuk perusahaan sangatlah mudah. Perusahaan harus

meningkatkan kinerjanya agar nilai saham naik terus dan bisa memberikan kembalian yang diinginkan investor.

Naik turunnya atau fluktuasi harga nilai saham di pasar modal adalah sebuah kejadian yang dapat memberikan perhatian untuk diperbincangkan terkait bagaimana isu naik turunnya nilai daripada perusahaan itu. Pada tahun 2008 terjadi krisis ekonomi global yang berdampak pada pasar modal di Indonesia yang mana terlihat pada koreksi turunnya harga saham hingga 40–60 persen dari posisi awal tahun 2008 (Kompas, 25 November 2008), hal ini dikarenakan oleh tindakan yang dilakukan investor asing yaitu melepas saham yang sebenarnya butuh likuiditas serta ditambah parah dengan aksi investor lokal yang ikut-ikutan juga melepas sahamnya. Kondisi seperti itu secara harfiah dapat berpengaruh pada nilai perusahaan karena nilai perusahaan itu sendiri apabila dilihat dari kemakmuran pemegang saham dan dapat dinilai berdasarkan harga saham perusahaan di pasar modal. Index harga saham gabungan (IHSG) yang telah diperiksa yang pada awal tahun 2007 yaitu 1.757,258 menurun/melemah di angka 1.256,704 pada awal September 2008 (Kompas, 25 November 2008). Dengan demikian akan terlihat pada perusahaan-perusahaan yang menanggung kerugian/penurunan laba sehingga akan menyebabkan pemutusan hubungan kerja (PHK) kepada karyawannya.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perubahan setiap tahun yang sangat bervariasi dan menunjukkan fluktuasi naik turun di tiap tahun yang berbeda dan menunjukkan gejala yang berbeda pula di semua perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini berasumsi bahwa Nilai perusahaan akan dipengaruhi oleh beberapa

faktor pendorong yaitu *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan pertumbuhan perusahaan.

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan didalam laporan tahunan. Untuk menentukan tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan pada setiap perusahaan, maka perlu dihitung angka index (Barbara dan Suharti 2008 dalam Junita, 2013). Di era yang serba modern dan global seperti sekarang , perusahaan tidak sedang diprioritaskan pada tanggung jawab yang bertumpu pada *single bottom line* atau dalam kata lain nilai perusahaan yang difokuskan dalam keadaan keuangannya saja. Jadi perusahaan sebagai penanggung jawab dan harus berdasar pada *triple bottom lines*, yakni tidak hanya keuntungan/*profit*, tetapi selalu harus sanggup memberikan sumbangsih terhadap masyarakat luas (*people*) dan harus ikut serta aktif dalam menjaga keberlangsungan/ kelestarian lingkungan (*planet*) sehingga tidak hanya dalam aktivitas sosial saja tetapi dalam kegiatan ekonomi dan lingkungan perusahaan. Karena untuk melihat nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan / *sustainable* tidak bisa melihat dari kondisi keuangannya saja melainkan dengan meminimalkan atau menghilangkan dampak-dampak negatif yang ada terhadap perusahaan itu sendiri agar *corporate social responsibility* bisa terwujud sesuai harapan masyarakat. Adapun pemikiran-pemikiran yang menjadi dasar *corporate social responsibility* biasa dikatakan sebagai dasar dari etika bisnis bahwa syarat perusahaan itu sendiri tidak hanya punya kewajiban ekonomi dan legal saja atau dalam artian kepada *shareholders*nya saja melainkan juga harus kepada *stakeholder* juga yang meliputi antara lain pegawai, pemilik atau investor,

pelanggan, komunitas, pelanggan, supplier, pemerintah bahkan juga kompetitor (Cecilia dkk, 2015). Pada penelitian (Junita, 2013) dan (Handriyani, 2013) menyatakan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian dari (Cecilia dkk, 2015) menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan (Saedah, 2015) menyatakan Variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas yaitu Proses dari penjualan dan investasi yang didapatkan dari hasil pengembalian rasio dari keefektifan manajemen. Rasio profitabilitas itu sendiri terbagi atas margin keuntungan, dasar kekuatan pendapatan, profitabilitas yang diukur oleh *return on assets*, dan kembalian dari ekuitas. Pada penelitian ini rasio profitabilitas diukur melalui *return on equity* (ROE) (Sartono, 2001 dalam Dewi dkk 2014). *Return on equity* (ROE) merupakan rasio yang memperlihatkan kesanggupan perusahaan dalam mendatangkan keuntungan yang bersih bagi investor/pemegang saham dalam pengembalian ekuitas. ROE adalah rasio keuangan yang dipakai sebagai alat untuk menghitung tingkat profitabilitas dari ekuitas. Apabila ada indikasi kinerja perusahaan itu semakin baik sehingga dapat terlihat ROE nya semakin besar pula. Hasil penelitian (Cecilia dkk, 2015), (Priyastuty, 2015), (Dewi dkk, 2014), (Ferina dkk, 2015) dan (Novari dan lestari, 2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian dari (Saedah, 2015) dan (Wibowo dan Aisjah, 2013) menyatakan sebaliknya yaitu profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut (Sujoko dkk, 2000) dalam (Cecilia dkk, 2015), ukuran perusahaan (*firm size*) yang tumbuh besar memperlihatkan bahwa perusahaan yang menunjukkan peningkatan pertumbuhan sehingga akan menarik respon positif dari investor dan nilai daripada perusahaan itu sendiri juga akan meningkat. Total asset yang tinggi dan besar pada perusahaan akan menarik keingintahuan pemegang saham, penyedia dana/kreditor ataupun meraka semua pengguna informasi keuangan yang lain, dan pihak internal/manajemen akan lebih mudah untuk memakai kekayaan yang tersedia dalam rangka menaikkan nilai perusahaan. Guncangan ekonomi yang dihadapi, biasanya yang lebih kuat tegak berdiri yaitu perusahaan yang tergolong hebat atau besar, walaupun tidak menutup kemungkinan perusahaan tersebut mengalami kebangkrutan, sehingga investor akan lebih cenderung memperhatikan perusahaan yang ukurannya lebih besar daripada perusahaan yang kecil. Penelitian dari (Novari dan Lestari, 2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian dari (Cecilia dkk, 2015) menyatakan sebaliknya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. serta penelitian dari (Priyastuty, 2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan yang harus diperhatikan ketika mengoptimalkan nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen, dimana Dividen ini untuk dibagikan kepada para pemegang saham sebagai keuntungan dari laba perusahaan. Apabila perusahaan penerbit saham mampu menghasilkan laba yang besar maka ada

kemungkinan pemegang sahamnya akan menikmati keuntungan dalam bentuk dividen yang besar pula. Menurut (Weston dkk, 2005) kebijakan dividen yang optimal merupakan kebijakan dividen yang mampu memberikan dividen dengan keseimbangan dan pertumbuhan pada masa depan maka hal ini berdampak pada harga saham perusahaan menjadi maksimum. Tujuan utama yang selalu dicari investor adalah untuk memberikan kesejahteraan dengan berharap mendapatkan pengembalian dengan bentuk dividen ataupun *capital gains*. Selain itu, pada perusahaan pun berharap dapat terjadi pertumbuhan secara terus menerus agar dapat bertahan pada kesejahteraan hidup perusahaan itu serta dapat memberikan manfaat pada investornya. Pada penelitian dari (Ferina dkk, 2015) menyatakan bahwa Kebijakan dividen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo dan Aisjah, 2013) dan (Susilawati, 2014) menyatakan sebaliknya yaitu kebijakan dividen (DPR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan (*growth*) adalah dampak atas arus dana perusahaan dari perubahan operasional yang disebabkan oleh pertumbuhan atau penurunan volume usaha (Helfert, 1997 dalam Junita 2014). Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal suatu perusahaan, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda bagi perkembangan perusahaan.

Karena perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat dan tinggi akan mendapatkan hasil yang positif atau dalam kata lain posisi di peta persaingan menjadi strategis, merasakan penjualan yang tumbuh secara signifikan serta

diikuti oleh adanya pertumbuhan di pangsa pasar. penelitian dari (Dewi dkk, 2014) menyatakan bahwa Pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya penelitian dari (Junita, 2013) menyatakan bahwa Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Cecilia dkk, 2015), serta kombinasi dari penelitian (Cecilia dkk, 2015), (Priyastuty, 2015), (Ferina dkk, 2015), (Dewi dkk, 2014), (Saedah, 2015), (Wibowo dan Aisjah, 2013), (Susilawati, 2014), (Handriyani dan andayani), (Novari dan Lestari), dan (Junita, 2014). Berdasarkan faktor yang memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan tersebut, maka dalam penelitian ini diambil *corporate social responsibility*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan pertumbuhan perusahaan sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu tambahan variabel kebijakan deviden dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas masalah yang diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah CSR dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah Ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

4. Apakah Kebijakan deviden dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah Pertumbuhan perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan menambah bukti empiris mengenai pengaruh *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan pertumbuhan perusahaan terhadap Nilai perusahaan sehingga mampu meningkatkan kualitas dari nilai perusahaan tersebut

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, dapat lebih memahami dan menambah wawasan dalam hal *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan pertumbuhan perusahaan dalam kaitanya dengan nilai perusahaan.

- b. Bagi peneliti lain, dapat digunakan untuk mengembangkan teori dalam bidang khususnya terkait *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan pertumbuhan perusahaan dalam kaitanya dengan nilai perusahaan.
- c. Bagi investor, peneliti ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi nilai perusahaan yang dilaporkan.