

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu bentuk usaha yang dilakukan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan dan laba bersih, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun oleh badan usaha. Pada dasarnya tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham atau investor, dengan cara memperoleh laba yang maksimum agar memaksimalkan nilai perusahaan (Pohan, 2015). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang biasanya seringkali di kaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi mampu membuat nilai perusahaan juga tinggi, serta dapat meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Indeks harga saham perusahaan manufaktur dari tahun 2015 sampai dengan 2018 mengalami fluktuasi sebagai berikut:

Tabel 1.1
Manufacture Index Tahun 2015-2018

TAHUN	IHSG
2015	1,151. 68
2016	1,368. 69
2017	1,640.17
2018	1,618. 12

Sumber:www.idx.co.id

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa terjadi adanya fluktuasi pada index harga saham perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada tahun 2015 IHSG berada pada level 1,151.68 dan tahun 2016 meningkat pada level 1,368.69. IHSG mengalami peningkatan yang cukup besar pada tahun 2017 yaitu pada level 1,640.17. Namun di tahun 2018 terjadi penurunan IHSG pada level 1,618.12. Terjadinya fluktuasi ini disebabkan adanya beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak berkembang di Indonesia. Seperti faktor profitabilitas, profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) dari penjualan dan investasi perusahaan (Wiagustini, 2010). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam membayar deviden yang tinggi bagi pemegang saham. Sehingga perusahaan yang mampu membayarkan dividen tinggi akan berdampak kepada nilai perusahaan yang semakin meningkat. Investor akan tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan yang profitabilitasnya tinggi oleh karena itu kinerja perusahaan yang meningkat akan turut meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramana & Mustanda (2016) menyatakan bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Suryana & Rahayu (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yaitu *leverage*. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dilikuidasi (Kasmir, 2012). Apabila struktur modal berada di bawah titik optimal maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Penambahan penggunaan hutang yang dimaksud disebabkan oleh tujuan manajemen perusahaan yang akan menggunakan hutang tersebut untuk pengembangan bisnis perusahaan dan anak perusahaan serta pembelian aset-aset perusahaan yang akan mendukung untuk tercapainya target perusahaan dimasa mendatang berupa keuntungan yang tinggi. Dalam hal ini, supaya perusahaan tetap menyejahterakan para pemegang saham dan dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rudangga & Sudiarta (2016) dan Ningrum & Asandimitra (2017) menyatakan bahwa *leverage* secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Suryana & Rahayu (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rudangga & Sudiarta (2016) dan Suryana & Rahayu (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Ningrum & Asandimitra (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor berikutnya yaitu likuiditas. Likuiditas adalah perusahaan yang memiliki kemampuan bagus dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar maka perusahaan dapat dikatakan likuid. Oleh karena itu perusahaan yang likuid mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya dan para investor akan memperoleh deviden yang tinggi pula.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilaningrum (2016) dan Putra & Lestari (2016) memperoleh hasil penelitian bahwa likuiditas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Firmansyah (2018) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor terakhir yaitu CSR. *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. CSR memiliki hubungan yang luas antara perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan serta lingkungannya. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu mengungkapkan program sosial sebaik-baiknya demi upaya peningkatan citra positif dan memperoleh legitimasi sosial dari para stakeholders. Sehingga menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilaningrum (2016) menyatakan bahwa CSR mampu memperkuat hubungan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Ningrum & Asandimitra (2017) menyatakan bahwa CSR tidak mampu memperkuat hubungan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil-hasil penelitian terdahulu termotivasi untuk melakukan kembali penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini mengacu pada penelitian Susilaningrum (2016), perbedaan penelitian ini dengan penelitian Susilaningrum (2016) adalah dengan penelitian ini menambah variabel ukuran perusahaan. Ukuran Perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan, hal tersebut dapat dilihat dari total asset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan total asset yang besar akan lebih mudah menarik investor karena perusahaan mampu memperoleh

keuntungan dari kegiatan operasionalnya yang bagus dan dapat digunakan untuk melunasi kewajiban jangka pendek maupun panjangnya selain itu juga dapat membayar deviden para investor.

1.2 Rumusan Masalah

Nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Noerirawan, 2012). Penelitian tentang nilai perusahaan sudah pernah dilakukan sebelum-sebelumnya, seperti nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh Profitabilitas (Itsnaini & Subardjo, 2017; Rudangga & Sudiarta, 2016; Pramana & Mustanda, 2016; Susilaningrum, 2016; Putra & Lestari, 2016; Dewi & Wirajaya, 2016), *Leverage* (Ningrum & Asandimitra, 2017; Wulandari & Wiksuana, 2017; Rudangga & Sudiarta, 2016; Susilaningrum, 2016; Dewi & Wirajaya, 2016), Ukuran Perusahaan (Suryana & Rahayu, 2018; Wulandari & Wiksuana, 2017; Kusumayanti & Astika, 2016; Rudangga & Sudiarta, 2016; Pramana & Mustanda, 2016; Putra & Lestari, 2016), Likuiditas (Susilaningrum, 2016; Putra & Lestari, 2016) dan *Corporate Social Responsibility* digunakan sebagai variabel *moderating* atau variabel yang memediasi (Itsnaini & Subardjo, 2017; Wulandari & Wiksuana, 2017; Ratih & Damayanthi, 2016; Kusumayanti & Astika, 2016; Pramana & Mustanda, 2016; Susilaningrum, 2016; Imron, Hidayat, & Alliyah, 2013).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan?
5. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
6. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dalam memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan?
7. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dalam memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
8. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dalam memoderasi likuiditas terhadap Nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji dan menganalisis ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji dan menganalisis likuiditas terhadap nilai perusahaan.

5. Untuk menguji dan menganalisis *corporate social responsibility* dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk menguji dan menganalisis *corporate social responsibility* dalam memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan.
7. Untuk menguji dan menganalisis *corporate social responsibility* dalam memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
8. Untuk menguji dan menganalisis *corporate social responsibility* dalam memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan akan memberi manfaat kepada berbagai pihak:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan bagi penelitian lanjutan mengenai faktor–faktor yang mengenai nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan masukan bagi pengambilan kebijakan dan keputusan peningkatan nilai perusahaan.

- b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat digunakan investor sebagai referensi dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi yang menguntungkan pada perusahaan.