

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, bisnis semakin berkembang. Kebutuhan akan barang produksi yang terus meningkat seiring berkembangnya berbagai macam teknologi yang memudahkan proses produksi menjadi salah satu faktor pendorong semakin pesatnya perkembangan perusahaan manufaktur, khususnya di Indonesia. Indonesia menjadi titik industri manufaktur terbesar wilayah ASEAN, perjalanan industri manufaktur di Indonesia mampu menggeser peran *commodity based* menjadi *manufacture based*, nilai MVA (*Manufacturing Value Added*) tertinggi di ASEAN dan peringkat 9 dari seluruh negara di dunia (www.investindonesia.go.id). Tujuan dijalankannya sebuah perusahaan yakni untuk mendapat laba yang tinggi guna memakmurkan para pemilik perusahaan yang akan mendorong peningkatan pada nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan digambarkan dari harga saham yang tinggi pula yang tidak lain karena andil atas permintaan saham oleh investor, semakin banyaknya permintaan saham atas sebuah perusahaan, nilai dari harga sahamnya pun akan ikut naik. Perusahaan publik berusaha untuk mendapatkan sumber dana alternatif, dalam hal ini perusahaan akan memanfaatkan pasar modal untuk menarik investor menanamkan modalnya apabila investasi tersebut dianggap menguntungkan.

Investor mempertimbangkan nilai perusahaan dalam berinvestasi, karena nilai perusahaan merupakan gambaran dari kinerja yang telah dilakukan sebuah perusahaan dalam meningkatkan profitabilitasnya. Profitabilitas yang tinggi berbanding lurus terhadap tingkat harga saham atau nilai perusahaan. Stakeholder menyebarkan sinyal positif saat berinvestasi pada perusahaan ketika nilai perusahaannya mengalami peningkatan. Nilai perusahaan mencerminkan kapabilitas suatu perusahaan dalam memberikan jaminan kepada shareholders atas dana yang diperolehnya (Cecilia et al., 2015). Meningkatkan nilai perusahaan berarti berusaha meningkatkan nilai saat ini dengan memanfaatkan sumber dana yang tersedia untuk menghasilkan

keuntungan dan mendatangkan investor (Rahmantio et al., 2018; Sudana, 2009). (Husnan & Pudjiastuti, 2004; Sudarma & Darmayanti, 2017), nilai dari perusahaan terlihat pada harga yang dibayarkan investor dalam membeli sebuah saham perusahaan. Menurut Solikin et al., (2015), Febrianti (2012), Sudarma & Darmayanti (2017), Hairudin et al., (2020), Agusentoso (2017), Wulandari & Hidayat (2020) beberapa elemen ini berpengaruh atas nilai perusahaan, yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan struktur kepemilikan institusional. Selain itu, menurut Senja Nuansari et al. (2020), CSR juga elemen yang memengaruhi Nilai Perusahaan. Elemen tersebut menjadi fokus dalam membuat suatu kebijakan yang tepat guna memaksimalkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yaitu salah satu aspek yang mempengaruhi nilai perusahaan, dapat tercermin melalui penjualan, rerata penjualan, total aset, dan rerata total aset. Nilai tersebut menggambarkan besar kecilnya suatu ukuran perusahaan dapat dilihat dari aset yang pengukurannya menggunakan Logaritma natural (Ln) total aset (S. K. Asnawi & Wijaya, 2005; Rahmawati, 2015). Besaran ukuran perusahaan berbanding lurus atas kesempatan dalam menerima sumber dana internal maupun eksternal dikarenakan nilai aset yang dijamin perusahaan juga lebih besar (Chumaidah & Priyadi, 2018; Hermuningsih, 2012). Besaran ukuran perusahaan menunjukkan adanya perkembangan kinerja yang dilakukan manajemen perusahaan (Pamungkas & Puspaningsih, 2013). Hal tersebut dapat menarik calon investor agar berinvestasi, kemudian sumber dananya akan dipakai perusahaan untuk menggapai tujuannya yakni peningkatan nilai perusahaan. Penelitian Solikin et al., (2015), Febrianti (2012) menegaskan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Israel et al., (2018), Amaliyah & Herwiyanti (2020), Ramdhonah et al., (2019) menegaskan tidak berpengaruh.

Profitabilitas yakni aspek penting bagi perusahaan, sebab salah satu tolak ukur dari kinerja keuangan adalah laba. Salah satu tujuan didirikannya perusahaan adalah agar mendapatkan profit sebesar – besarnya, dimana profit sebagai indikator pembangun nilai perusahaan yang menunjukkan keberlangsungan perusahaan kedepannya. Profitabilitas menggambarkan

besaran kinerja yang telah dilaksanakan manajemen perusahaan dalam mengatur berjalannya perusahaan sehingga bisa mencapai laba maksimal. Investor yang menanamkan modal akan memilih perusahaan yang tingkat profitabilitasnya tinggi, dikarenakan mereka berharap terdapat return yang tinggi atas profit yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas mendorong investor untuk lebih percaya terhadap perusahaan sehingga harga saham mengalami peningkatan, fluktuasi harga saham juga berdampak terhadap nilai perusahaan. Rasio Profitabilitas yakni *Return on Equity* (ROE) sebagai bentuk pengukuran. ROE merupakan timbal balik Ekuitas dengan mengukur laba setelah pajak banding modal sendiri (Dama & Tulung, 2017; Kasmir, 2012). Tingginya rasio menandakan baiknya kinerja perusahaan dan sebaliknya. Penelitian Ramdhonah et al., (2019), Hairudin et al., (2020), Randhy Agusentoso (2017) menegaskan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Dama & Tulung (2017) menegaskan tidak berpengaruh.

Leverage yakni sumber dana eksternal dimana perusahaan berkewajiban dalam pengembalianya pada waktu tertentu, baik saat ini atau yang akan datang bila terjadi likuidasi. *Leverage* juga diinterpretasikan bahwa perusahaan bergantung terhadap hutang untuk menjamin kegiatan usahanya. *Leverage* sebagai alat pratinjau investor dalam berinvestasi. Rasio *Leverage* dipakai sebagai pengukur besaran aset perusahaan dijamin dengan hutang (Kasmir, 2018). *Leverage* di proksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Perusahaan seharusnya berhati-hati dalam menentukan tingkat rasio hutang terhadap ekuitas, karena hal tersebut menjadi penentu kapabilitas perusahaan guna memenuhi kewajiban bunganya, dan tingginya penggunaan hutang beresiko menimbulkan financial distress yang melemahkan nilai perusahaan. Pada penelitian Febrianti (2012) menegaskan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Mery et al., (2017), Dirawati Pohan & Dwimulyani (2017), Yusrizal & Suharti (2020) menegaskan tidak berpengaruh.

Selain memperhatikan faktor internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, perlu juga faktor eksternal. Bagian ini diluar kendali perusahaan

sehingga perlu dalam mempertimbangkan maupun menjaga pergerakan harga saham. Faktor eksternal menunjuk pada adanya peran pihak eksternal perusahaan dalam pengelolaan usaha secara menyeluruh terkait dengan pasar modal yakni salah satunya adanya kepemilikan perusahaan oleh pihak luar yakni pihak institusional (N Lukviarman, 2016). Kepemilikan institusional yakni kepemilikan institusi seperti lembaga asuransi, investasi, bank, dan lainnya (Tarjo, 2008). Adanya kepemilikan ini dapat meningkatkan pengawasan terhadap manajemen. Besarnya kepemilikan institusional pengawasannya pun akan lebih ketat, sehingga dapat mengurangi timbulnya peluang akan tindakan yang merugikan banyak pihak serta meningkatkan kekuatan suara maupun dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan sebab perannya mempengaruhi didalam pasar modal. Dengan begitu, calon investor akan lebih percaya terhadap perusahaan yang pengawasannya ketat akan manajemen sebab ia berperan sebagai tangan panjang dari para investornya, yang otomatis akan menaikkan nilai perusahaan. Pada penelitian Yusrizal & Suharti (2020), A. Asnawi et al. (2019) menegaskan bahwa Struktur Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Awulle et al. (2018) menegaskan tidak berpengaruh.

Studi beberapa peneliti terdapat inkonsisten hasil yang ada disebabkan oleh faktor lain yang mempengaruhi ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan struktur kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Perlu adanya variabel CSR selaku moderator dimana teori stakeholder mengatakan perusahaan harus mengekspos tanggung jawab sosialnya kepada stakeholders (Wijaya & Linawati, 2015)

Saat ini, ketentuan ekonomi tidak hanya melihat nilai perusahaan yang tercermin pada status keuangan perusahaan. faktor non-keuangan seperti *corporate social responsibility* penting diamati suatu perusahaan (Wijaya & Linawati, 2015; N. M. I. Wulandari & Wiksuana, 2017). Perusahaan harus peduli dan bertanggung jawab dengan lingkungan tempat perusahaan melakukan aktivitasnya. Kepedulian dan tanggung jawab perusahaan ini dapat diimplementasikan dengan CSR (tanggung jawab sosial) yang dilaksanakan. Aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan sendiri akan dilaporkan di annual

report perusahaan. Perusahaan akan mengutarakan informasi untuk meningkatkan nilai perusahaannya, sebagaimana mengungkapkan CSR demi nilai lebih perusahaan. Taatnya kinerja lingkungan dan sosial perusahaan akan mendapat respon melalui kenaikan harga saham, begitupun sebaliknya. *Corporate social responsibility* penelitian ini sebagai moderator untuk melihat kaitan antara tanggung jawab sosial perusahaan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan struktur kepemilikan institusional dengan nilai perusahaan.

Atensi Pemerintah Indonesia terhadap CSR diaplikasikan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal tersebut pemerintah Indonesia mengharuskan perusahaan yang berhubungan dengan SDA untuk memiliki anggaran untuk pos tanggung jawab sosial yang pelaksanaannya sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab kepada stakeholder. CSR dapat mengatasi masalah sosial maupun lingkungan dikarenakan operasional perusahaan (Ariasih & Yadnyana, 2018; Retno & Priantinah, 2012). Dalam kaitan ini, perseroan tidak lagi menghadapi *single bottom line concept*, dan sorotan perseroan cuma tertuju pada perspektif ekonomi dicerminkan situasi keuangan. Tetapi, mereka patut berpegang pada prinsip *triple bottom line* yang memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. Melalui sistem pertanggungjawaban ini masyarakat tidak lagi dirugikan akibat pengaruh kegiatan operasional perusahaan, dan bagi perusahaan sendiri dengan pengungkapan CSR yang baik maka mendatangkan keuntungan berupa atensi, kepercayaan dan simpati (Zulfikar et al., 2016).

Jika ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan struktur kepemilikan institusional tidak diperhatikan dengan baik, maka akan menurunkan nilai perusahaan, seperti pada kasus salah satu perusahaan industri manufaktur PT Bakrie and Brothers Tbk (BNBR) yang belum membayar lunas hutangnya kepada pemerintah berupa dana talangan yang jatuh tempo pada 10 Juli 2019. Jumlah pinjaman yang diberikan oleh pemerintah sebesar Rp 773,38 miliar dengan bunga sebesar 4,8% pada 10 Juli 2015, hingga saat ini pemerintah mencatat bahwa sebesar Rp 1,91 triliun yang terdiri dari pokok sejumlah Rp

773,38 miliar, bunga Rp 163,95 miliar, serta denda Rp 981,42 miliar tersebut belum diselesaikan (Kumparan, 2020).

Pada tahun 2019 merupakan tahun dengan kinerja positif yang dilaporkan perusahaan PT. Bakrie and Brother's Tbk (BNBR) setelah akhirnya mencatatkan laba bersih.

Tabel 1. Laba (Rugi) dan Harga Saham

PT. Bakrie and Brother's Tbk (BNBR)		
(dalam jutaan rupiah)		
Tahun	Laba (Rugi)	Harga Saham
2015	Rp (1,719,369)	Rp 500/lembar
2016	Rp (3,661,618)	Rp 500/lembar
2017	Rp (1,198,994)	Rp 500/lembar
2018	Rp (1,250,213)	Rp 104/lembar
2019	Rp 863,270	Rp 50/lembar

Sumber : Laporan Tahunan Perusahaan, diakses dari *idx.co.id*, diakses pada 10 April 2021

Hingga saat ini diketahui bahwa ganti rugi utang kepada pemerintah yang jatuh tempo pada tahun lalu juga belum diselesaikan, Direktur Utama perusahaan menyatakan bahwa akhirnya perusahaan dapat membukukan laba di tahun 2019 (tirto.id, 2019). Informasi ini didukung oleh data kinerja keuangan yang diambil dari laporan tahunan perusahaan selama lima tahun terakhir dan terdapat kenyataan bahwa perusahaan memang berhasil membukukan laba, namun kondisi tersebut ternyata tidak mempengaruhi harga saham perusahaan yang masih menurun.

Fenomena atas utang pun terjadi di perusahaan manufaktur lain seperti pada yang terjadi pada PT Nipress Tbk. (NIPS) yang perdagangan sahamnya dihentikan sementara per Juli 2019 di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena diduga bermasalah terkait keberlanjutan usaha. Penghentian perdagangan dikarenakan permohonan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang (PKPU), yang memiliki utang kepada PT Boxindah Gala Sejati sebesar Rp 2,04 miliar (nasional.kontan.co.id). Saham NISP kena suspensi sejak 1 Juli 2019

menyebabkan sahamnya stagnan di level Rp 282, sebab belum *publish* laporan keuangan 2018 karena adanya pergantian KAP pada entitas anak (investasi.kontan.co.id).

Terdapat fenomena lain terkait naik turunnya harga saham yang terdapat di salah satu perusahaan manufaktur lainnya yakni PT Indo Kordsa Tbk (BRAM). Pada Maret tahun 2019 melaporkan kenaikan laba bersih US\$6,29 juta dibandingkan pada akhir Desember tahun 2018 yang tercatat sebesar US\$5,69 juta. Seiring dengan kenaikan laba bersih maka harga saham meningkat menjadi Rp 8.125/saham. Liabilitas atau hutang mengalami peningkatan dari US\$49,95 juta menjadi US\$53,96 juta pada Mei 2019. Pada Juni 2019 PT Indo Kordsa Tbk (BRAM) mengalami penurunan pendapatan mencapai 7,1% yang mengakibatkan penurunan harga saham menjadi Rp 6.500/saham dan pada bulan selanjutnya kembali mengalami penurunan mencapai Rp 6.200/saham. Pada November 2019 BRAM kembali mengalami penurunan laba akibat sisi penjualan barang lokal maupun aktivitas ekspor. Penjualan lokal turun menjadi US\$121,37 juta. Sementara itu, penjualan pasar ekspor mengalami penurunan dari US\$143,14 menjadi US\$124,42. Sehingga mengalami penurunan yang cukup signifikan pada harga saham mencapai Rp 3.950/saham pada harga penutupan ditahun 2019. Oleh karena itulah investor tidak melirik saham dari PT Indo Kordsa Tbk dan mendapat julukan top losers (market.bisnis.com).

Berdasarkan fenomena yang ada, terdapat beberapa aspek penting yang mendukung penelitian. Penelitian ini mereflikasi penelitian Amaliyah & Herwiyanti (2020) menegaskan adanya keterbatasan pada faktor terkait pengaruhnya terhadap nilai perusahaan yang dipengaruhi juga faktor eksternal. Berdasarkan keterbatasan yang ada, peneliti tertarik meneliti lebih lanjut mengenai Nilai Perusahaan. Ketertarikan didasari pada fenomena terbaru tentang Nilai suatu Perusahaan serta keberagaman hasil dari penelitian terdahulu. Peneliti juga menemukan tidak konsisten hasil penelitian terdahulu yang mendasari penelitian berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Struktur Kepemilikan Institusional terhadap Nilai

Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi”

I.2 Rumusan Masalah

Bersumber dari latar belakang yang ada, perumusan masalah yakni sebagai berikut :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *corporate social responsibility* dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah *corporate social responsibility* dapat memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah *corporate social responsibility* dapat memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan?
8. Apakah *corporate social responsibility* dapat memoderasi struktur kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan?

I.3 Tujuan Penelitian

Bersumber dari perumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan secara empiris ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk membuktikan secara empiris profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk membuktikan secara empiris *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk membuktikan secara empiris struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* dapat memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
7. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* dapat memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan.
8. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* dapat memoderasi struktur kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Atas dasar tujuan penelitian, diharapkan manfaatnya yakni :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan memberi manfaat terhadap ilmu pengetahuan dan wawasan penyusun mengenai hubungan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, struktur kepemilikan institusional, dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Serta diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa / peneliti selanjutnya.
 - b. Diharapkan menambah pemahaman serta memberikan manfaat dalam realisasi penerapan teori akuntansi terutama mengenai ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, struktur kepemilikan institusional, dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
 - c. Diharapkan berkontribusi dalam kelanjutan literatur maupun sebagai bahan referensi selanjutnya khususnya dalam bidang akuntansi keuangan dan pelaporan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan

Diharapkan memberikan penjelasan berkaitan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan struktur kepemilikan

institusional yang mampu digunakan dalam menetapkan kebijakan dimasa depan mengenai pengaruhnya atas nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Diharapkan membantu investor mengenal ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan struktur kepemilikan institusional demi pengambilan keputusan investasi.