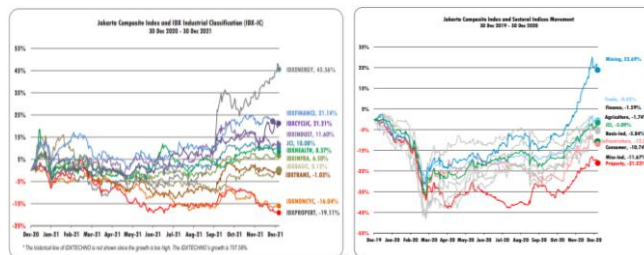


# BAB I PENDAHULUAN

## I.1. Latar Belakang

Sektor *consumer non cyclicals* adalah sektor yang mencakup perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa, tetapi untuk barang yang sifatnya mendasar sehingga tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi. Dilansir IDX channel awal 2021 bahwa BEI menerapkan *IDX Industrial Classification* sebagai klasifikasi baru yang menggantikan *Jakarta Stock Industrial Classification*.



Gambar 1. Statistik IDX Tahun 2021 dan 2020



Gambar 2. Statistik IDX Tahun 2019 dan 2018



Gambar 3. Statistik IDX Tahun 2017

Sektor industri *consumer non-cyclicals* dipilih menjadi objek penelitian sebab berdasarkan data statistik pada [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diketahui bahwa laju pertumbuhan pada tahun 2017 sebesar 23.11% dikarenakan meningkatnya harga kebutuhan pokok. Kemudian, pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi -10.21%. Penurunan tersebut terjadi karena persaingan yang semakin

ketat melibatkan aktivitas impor dan melemahnya daya beli masyarakat. Berikutnya, tahun 2019 mengalami penurunan menjadi -20.11%. Karena tahun tersebut sedang terjadi politik yang mengakibatkan para investor cenderung memantau keadaan pasar. Kemudian, pada tahun 2020 yaitu sebesar -10.74%, karena adanya pandemi covid-19. Selanjutnya, pada 2021 turun mencapai -16.04% karena pada sektor tersebut dalam pergerakan indeks saham sektor *consumer non-cyclical* terlihat lesu sejak awal tahun 2021. Data Bursa Efek Indonesia menggambarkan bahwa sektor ini turun sebesar 11,29% secara *year to date* (ytd). Analisis RHB Sekuritas Michael Wilson menyatakan bahwa penurunan tersebut di pengaruhi oleh emiten barang konsumen primer yang membukukan margin lebih rendah. Hal ini terjadi karena kenaikan harga *crude palm oil*, minyak, dan gandum. Kemudian, menurut Analisis Pilarmas Investindo Sekuritas Okie Ardiastama bahwa kinerja negatif dari saham didalam industri tersebut disebabkan rendahnya daya beli masyarakat. Hal tersebut mempengaruhi pertumbuhan kinerja emiten, khususnya penjualan domestik.

Dalam menghadapi persaingan ekonomi di era global, suatu perusahaan harus memiliki tujuan tertentu. Suatu perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan dari tujuan yang ditetapkan secara jelas. Tujuan perusahaan ada dua yakni tujuan jangka pendek (perolehan laba) dan jangka panjang (meningkatkan nilai perusahaan) (Esana & Darmawan, 2017).

Nilai perusahaan adalah kondisi yang telah digapai perusahaan sebagai gambaran kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Dewi Sartika et al., 2019). Nilai perusahaan menjadi orientasi perusahaan selain memaksimalkan keuntungan. Tujuan meningkatkan nilai perusahaan ialah menarik minat investor untuk berinvestasi terhadap suatu perusahaan. Investor dapat menggunakan nilai perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham. Investor mendapat laba apabila harga saham suatu perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka membuat ketertarikan investor semakin besar, karena tingginya nilai perusahaan mengindikasikan tingkat kemakmuran yang tinggi pula dari pemegang saham. Kemudian, tingginya

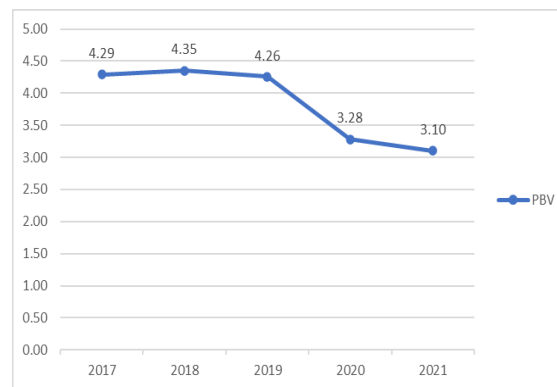
nilai perusahaan juga membuat kepercayaan para investor meningkat (Sintyana & Artini, 2019).

Nilai perusahaan berperan sebagai tujuan yang utama bagi pihak yang memiliki kepentingan yaitu salah satunya investor (Mumpuni & Indrastuti, 2021). Pentingnya nilai perusahaan menjadikan investor semakin selektif berinvestasi pada perusahaan. Investor memantau nilai perusahaan dari sudut pandang dimana suatu perusahaan dapat memberikan *expected return* dan jangka panjang. Ketertarikan seorang investor terhadap suatu perusahaan disebabkan oleh data dalam laporan keuangan yang menggambarkan suatu perusahaan memiliki prospek yang menjanjikan dimasa depan. Adapun faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yakni kebijakan dividen, profitabilitas, dan inflasi.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen yang diukur dengan *dividend payout ratio* dimana membandingkan pembayaran laba kepada pemegang saham dengan jumlah saham yang dimiliki perusahaan (Mutmainnah et al., 2019). Tujuan dari investasi pemegang saham guna meningkatkan kesejahteraan dengan mendapat *return* dari dana yang diinvestasikan. *Return* yang dapat di nikmati oleh investor yaitu dalam bentuk dividen yang dibagikan. Dividen yang diberikan dari perusahaan kepada pemegang saham dapat mempengaruhi ketertarikan investor untuk membeli sebuah saham dan juga akan memiliki dampak pada harga saham perusahaan (Hernita, 2019). Kemudian, faktor yang kedua adalah profitabilitas yang dihitung melalui proksi *return on equity* yaitu kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh keuntungan melalui penggunaan modal. Tingginya profitabilitas berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan dan menarik kepercayaan investor untuk berinvestasi. Minat investor yang tinggi akan berpengaruh dengan peningkatan harga saham (K. Y. Dewi & Rahyuda, 2020). Selanjutnya, faktor yang ketiga ialah inflasi yang di ukur menggunakan Indeks Harga Konsumen, dimana perubahan indeks harga konsumen akan memperlihatkan kenaikan atau penurunan dari suatu barang ataupun jasa (B. L. Putri & Hidayat, 2020). Tingginya tingkat inflasi akan memberikan sinyal buruk bagi investor, sehingga membuat investor tidak ingin menaruh

modalnya pada perusahaan dan juga menyebabkan penurunan laba pada perusahaan (Zuhro & Irsad, 2022).

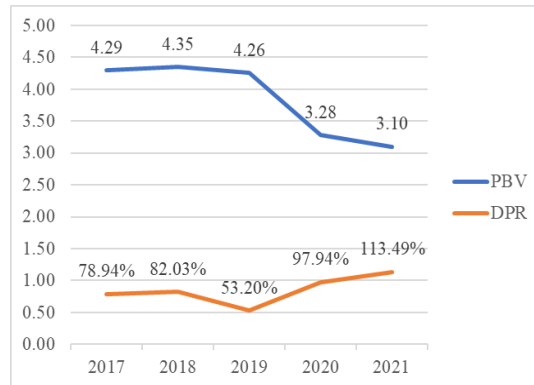
Nilai perusahaan diprosikan dengan *price book value* yaitu rasio yang membandingkan harga saham dengan nilai bukunya. Hal tersebut akan menunjukkan bahwa investor mempunyai sebuah ketertarikan untuk melakukan investasi. Berikut merupakan data nilai perusahaan sektor *consumer noncyclical* di BEI tahun 2017-2021.



Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah)

Gambar 4. Nilai Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals

Berdasarkan grafik 4, diketahui rata-rata nilai perusahaan yang diukur melalui PBV mengalami penurunan. Nilai rata-rata PBV tertinggi yaitu 4.35 pada tahun 2018 dan terendah 3.10 pada tahun 2021. Apabila nilai PBV tinggi, maka akan semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Penurunan rata-rata PBV tersebut disebabkan oleh faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen (DPR), profitabilitas (ROE), dan inflasi (IHK) dengan *corporate social responsibility* sebagai moderasi pada sektor *consumer noncyclicals* periode 2017-2021.

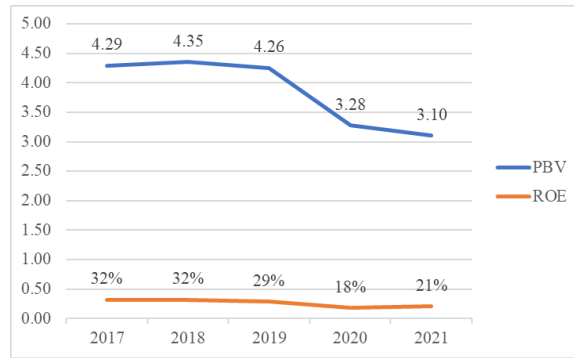


Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data di olah)

Gambar 5. Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan

Selanjutnya, dilihat dari gambar 5 di atas bahwa pertumbuhan industri *consumer non-cyclicals* di Indonesia dalam hal kebijakan dividen dan nilai perusahaan mengalami fluktuasi. Terlihat rata-rata kebijakan dividen tertinggi sebesar 113.49% pada tahun 2021, berlawanan dengan nilai perusahaan yang memiliki rata-rata terendah. Kemudian, rata-rata kebijakan dividen terendah yaitu 53.20% tahun 2019.

Fenomena di atas menjelaskan bahwa terdapat ketidakselarasan antara kejadian empiris dengan teori. Seharusnya yaitu jika kebijakan dividen meningkat, maka diiringi dengan peningkatan nilai perusahaan. Hal ini karena semakin tinggi kebijakan dividen, maka adanya kenaikan *cash dividend* menyebabkan perusahaan di pandang memiliki prospek baik dimasa depan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan (K. Y. Dewi & Rahyuda, 2020). Fenomena ini di dukung oleh penelitian Suidani & Wiksuana (2018), Sondakh (2019), Tamba et al., (2020) dan Ibnu et al., (2021) menghasilkan hubungan positif antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan. Namun, berlawanan dengan penelitian Suryaningsih et al., (2019), Gustiana Dewi et al., (2021), Umbung et al., (2021) dan S. S. P. Putri & Wahyuningsih (2021) yang menunjukkan hasil yaitu kebijakan dividen dan nilai perusahaan memiliki hubungan negatif.

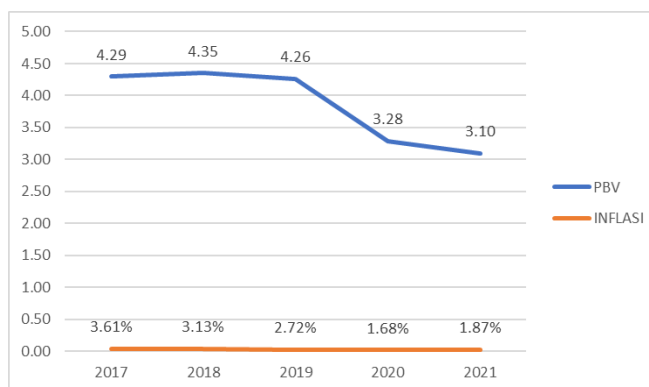


Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data di olah)

Gambar 6. Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Berikutnya, jika dilihat pada gambar 6, diketahui bahwa profitabilitas dan nilai perusahaan mengalami fluktuatif, baik mengalami penurunan maupun peningkatan. Pada 2017 dan 2018 terlihat bahwa tingkat profitabilitas tertinggi yaitu sebesar 32%, searah dengan nilai perusahaan yang memiliki tingkat tertinggi pada 2018. Nilai profitabilitas terendah 18% pada 2020, searah dengan penurunan nilai perusahaan yaitu 3.28.

Dari data di atas diketahui bahwa terdapat ketidakselarasan antara kejadian empiris dengan teori. Seharusnya yaitu jika profitabilitas meningkat, maka di iringi dengan meningkatnya nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi dapat memberikan sinyal positif bagi investor untuk menaruh modal nya pada perusahaan (Valdah et al., 2021). Fenomena ini di dukung oleh penelitian Malino & Wirawati (2017), Suidani & Wiksuana (2018), Safitri & Riduwan (2019), Putri & Hidayat (2020) dan Tamba et al., (2020) menyatakan hubungan positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Namun, fenomena ini berlawanan dengan penelitian Kurniasari & Wahyuati (2017), Ukhriyawati & Malia (2018), Sondakh (2019), Hazaroh et al., (2021) dan Zuhro & Irsad (2022) yang menghasilkan bahwa profitabilitas dengan nilai perusahaan memiliki hubungan negatif.



Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) (data di olah)

Gambar 7. Inflasi dan Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada gambar 7 diketahui bahwa inflasi dan nilai perusahaan mengalami fluktuatif, baik penurunan ataupun peningkatan. Tingkat inflasi terendah yaitu 1.68% pada tahun 2020 dan tertinggi 3.61% tahun 2017. Artinya terdapat kejadian sebenarnya tidak sesuai dengan teori. Seharusnya yaitu jika inflasi tinggi, maka diiringi juga dengan penurunan pada nilai perusahaan. Inflasi yang tinggi berdampak pada kinerja perusahaan yakni menurunkan nilai penjualan perusahaan, sehingga keuntungan perusahaan menurun (Zuhro & Irsad, 2022). Fenomena ini didukung penelitian Putri & Hidayat (2020) bahwa inflasi dengan nilai perusahaan memiliki hubungan negatif. Namun, tidak selaras dengan penelitian Zuhro & Irsad (2022) inflasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan variabel penelitian yang telah dijelaskan di atas, masih terdapat *research gap*. Oleh sebab itu, *corporate social responsibility* dimasukkan menjadi variabel moderasi yang diharapkan dapat memperjelas hubungan di antara variabel penelitian. Pasal 74 ayat 1 UU 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas mengatur badan usaha yang bergerak dalam bidang usaha terkait sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. CSR merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan yang berfokus pada perbaikan kerusakan lingkungan dan ketidakadilan sosial yang disebabkan oleh aktivitas operasional (Malino & Wirawati, 2017). Apabila suatu perusahaan dalam mengelola CSR dapat dilakukan dengan baik, maka nilai yang didapatkan perusahaan akan meningkat.

Kemudian, investor pun akan percaya terhadap perusahaan, karena memiliki citra baik dimata masyarakat. Sehingga akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan profitabilitas perusahaan. Walaupun demikian, tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan tidak bisa dipastikan kegiatan CSR akan semakin meningkatkan profit penjualan dan citra pada perusahaan. Dalam hubungannya dengan nilai perusahaan, CSR diharapkan mampu memoderasi kebijakan dividen, profitabilitas dan inflasi terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian Diyan (2019) memperoleh hasil CSR tidak mampu memoderasi kebijakan dividen dan profitabilitas. Namun, hasil penelitian Muhammad Ryan (2017) mendapatkan hasil bahwa CSR memoderasi profitabilitas. Kemudian, dari penelitian Ida (2018) menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi kebijakan dividen. Terakhir, dari penelitian Diyah (2021) memiliki hasil bahwa CSR mampu memoderasi inflasi terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak selaras dengan penelitian Sri dan Hasan (2021) yakni CSR tidak mampu memoderasi inflasi terhadap nilai perusahaan.

Dari pembahasan di atas, dapat dinyatakan bahwa kejadian secara empiris yang telah di dukung dengan penelitian terdahulu di temukan berbagai macam hasil dan terdapat ketidaksesuaian dengan teori. Oleh sebab itu, penelitian lebih lanjut diperlukan guna mengetahui bagaimana kebijakan dividen, inflasi dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi. Lalu, penulis akan memfokuskan penelitian pada sektor *consumer noncyclicals* yang terdaftar di BEI selama 2017-2021.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021?
2. Apakah inflasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021?



3. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021?
4. Apakah CSR memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021?
5. Apakah CSR memoderasi pengaruh inflasi terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021?
6. Apakah CSR memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021?

### **I.3. Tujuan Penelitian**

Dilihat dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis inflasi terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai moderasi sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis inflasi terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai moderasi sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai moderasi sektor *consumer non-cyclicals* pada 2017-2021.

### **I.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat kepada beberapa pihak yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Mampu menjadi referensi bagi perkembangan ilmu manajemen keuangan serta dapat memberikan wawasan bagi pembaca dan menjadi sebuah pembandingan serta acuan atas penelitian yang relevan di kemudian hari.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan gambaran kepada perusahaan tentang kebijakan dividen, inflasi, profitabilitas, dan CSR sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

### b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh investor untuk menjadi tolak ukur saat menentukan keputusan investasi supaya memperoleh profit yang optimal.

### c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan program *corporate social responsibility* dapat menunjang pemerintah dalam mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan perusahaan.