

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah ketatnya persaingan antar perusahaan, tentunya perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi dan informasi agar dapat mempertahankan posisinya dan menghasilkan laba maksimal. Tumbuh kembang perusahaan dipengaruhi pula oleh bermacam faktor, salah satunya yaitu dengan adanya investor yang menginvestasikan hartanya di perusahaan. Namun, tidak semua investor dengan sukarela mau menginvestasikan harta mereka untuk perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan harus mampu meyakinkan investor untuk tetap berinvestasi. Pertumbuhan nilai jangka panjang dan manajemen potensial adalah nilai jual umum untuk bisnis. Erawati & Latifah (2018) mengemukakan bahwa tujuan utama perusahaan salah satunya yaitu dapat memberikan laba yang maksimal dan kemakmuran pemegang saham. Penjelasan terkait dengan apa yang disebut sebagai nilai perusahaan menurut Wardani (2020) yaitu adalah harga yang muncul akibat terjadinya kegiatan di antara pembeli dan penjual saham yang didasarkan pada harapan pembeli yang timbul terhadap tingginya laba perusahaan, sehingga hal tersebut diharapkan dapat mencerminkan kinerja perusahaan bagi pandangan pemegang saham.

Dalam proses pemaksimalan nilai perusahaan tidak selalu berjalan dengan lancar. Sebab, nilai perusahaan akan mengalami kenaikan dan penurunan seiring berjalannya waktu dengan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pada awal 2020, pandemi COVID-19 muncul, yang berperan dalam terjadinya penurunan nilai perusahaan. Kinerja perusahaan akan diuji apakah perusahaan mampu untuk mempertahankan nilainya dan tetap memperhatikan kepentingan pemegang saham. Selanjutnya, investor cenderung melihat rasio nilai pasar untuk menentukan apakah investor akan berinvestasi kepada sebuah perusahaan. Rasio nilai pasar yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan seringkali merupakan rasio *price to book value* (PBV). Nilai pasar berbasis PBV perusahaan mengalami fluktuasi selama periode perkiraan 2019-2021. Hal ini ditentukan melalui data dari Statistik

Tahunan Bursa Efek Indonesia (BEI). Untuk itu, fluktuasi nilai perusahaan dapat dilihat pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI sebagaimana yang tercermin di dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Nilai Perusahaan di BEI 2019-2021

Sektor Perusahaan di BEI	2019		2020		2021
	PBV	% kenaikan/penurunan	PBV	% kenaikan/penurunan	PBV
Agrikultur	4.26	-15%	3.7	16%	4.38
Pertambangan	2.26	-12%	2.01	-83%	1.1
Industri Dasar dan Kimia	1.54	6%	1.63	-23%	1.32
Industri Barang Konsumsi	4.17	-9%	3.83	-128%	1.68
Industri Lain-lain	2.8	-73%	1.62	-42%	1.14
Infrastruktur dan Transportasi	2.24	-17%	1.91	-41%	1.35
Properti, Real Estate, dan Konstruksi Bangunan	2.22	-41%	1.58	-143%	0.65
Perdagangan, Jasa, dan Investasi	2.56	-21%	2.12	38%	3.41
Keuangan	2.42	1%	2.45	-59%	1.54

Sumber: Data Diolah dari Laman www.idx.co.id, 2022

Pada gambar tersebut dapat terlihat bahwa dalam periode 2019 hingga 2021 terdapat beberapa sektor perusahaan yang mengalami kenaikan dan penurunan nilai. Kenaikan nilai perusahaan dialami oleh sektor perdagangan, jasa, dan investasi di tahun 2021 dengan nilai perusahaan sebesar 3.41 atau sebesar 38% setelah sebelumnya mengalami penurunan nilai dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar 2.56 menjadi 2.12 dengan penurunan nilai mencapai 21%. Hal yang sama terjadi pada sektor agrikultur yang hanya mengalami penurunan nilai perusahaan pada tahun 2020 yaitu turun sebesar 15% dari 4.26 menjadi 3.70, dan kemudian kembali meningkat pada tahun 2021 menjadi sebesar 4.38 dengan 16% peningkatan. Sektor keuangan juga sempat mengalami kenaikan meski hanya 1% di tahun 2020 dengan angka 2.45 sebelum akhirnya mengalami penurunan pada

tahun 2021 sebesar 59% ke angka 1.54. Selain itu, terdapat sektor-sektor yang terus mengalami penurunan nilai perusahaan dari tahun 2019 hingga tahun 2021 seperti sektor industri barang konsumsi, sektor properti, *real estate*, dan konstruksi bangunan, sektor infrastruktur dan transportasi, sektor pertambangan, dan sektor industri lain-lain.

Di antara sektor-sektor yang mengalami penurunan dan kenaikan tersebut, terdapat sektor industri dasar dan kimia yang mengalami fluktuasi nilai perusahaan yang tidak begitu besar. Nilai perusahaan sektor industri dasar dan kimia didapati kenaikan dari tahun 2019 ke 2020 sejumlah 6% dari sebesar 1.54 menjadi 1.63. Kemudian, mengalami penurunan nilai ke tahun 2021 menjadi sebesar 1.32 yang artinya sektor ini mengalami penurunan nilai sebesar 23%. Selisih kenaikan dan penurunan nilai perusahaan di sektor industri dasar dan kimia ini dapat dikatakan sangat kecil apabila dibandingkan dengan sektor lainnya. Nilai ini menunjukkan kestabilan nilai perusahaan pada sektor ini di tengah kondisi pandemi. Kestabilan nilai tersebut dapat mempengaruhi investor dalam berinvestasi di perusahaan-perusahaan yang terdapat di sektor tersebut karena investor tentu saja berorientasi kepada profit yang bisa didapatkannya. Apabila nilai perusahaan tetap terjaga dengan stabil, dapat mencerminkan kemungkinan bahwa perusahaan berhasil menjaga kinerjanya. Namun, tentu saja investor memerlukan analisis yang mendalam untuk memutuskan apakah akan berinvestasi atau tidak. Selain itu, pastinya banyak faktor yang menyebabkan perusahaan dapat mempertahankan kestabilan usahanya serta faktor bagi investor untuk memilih berinvestasi di sebuah perusahaan.

Sebelum membahas mengenai faktor-faktor tersebut, perlu diketahui bahwa sektor industri dasar dan kimia merupakan kumpulan perusahaan yang termasuk ke dalam sektor manufaktur. Dimana sektor ini merupakan sektor yang menghasilkan barang jadi dengan sebelumnya diproses terlebih dahulu dari mulai bahan baku hingga layak untuk dijual dan didistribusikan. Perusahaan di sektor industri dasar dan kimia termasuk di antara mereka yang membutuhkan akses ke pendanaan besar untuk memulai bisnis. Ini karena perusahaan-perusahaan yang termasuk di dalamnya menggunakan mesin dan peralatan berteknologi tinggi yang membutuhkan dana besar. Di samping itu di dalam perekonomian Indonesia, sektor

industri ini menjadi sektor yang berperan penting. Hal tersebut tercermin melalui adanya kontribusi serta produk yang dihasilkan oleh perusahaan manufaktur yang telah menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat. Hal ini semakin didukung oleh data dari situs idx.co.id, yang menunjukkan bahwa dari 182 perusahaan manufaktur yang terdaftar, 78 berada di sektor industri dasar dan kimia, 50 berada di sektor industri lain-lain, dan 54 di sektor barang konsumsi. Menurut data ini, mayoritas industri manufaktur didominasi oleh perusahaan di sektor industri dasar dan kimia. Selain itu, investor biasanya mempertimbangkan nilai kapitalisasi pasar yang diperoleh dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar dimana nilai ini dapat digunakan untuk mengindikasikan ukuran perusahaan. Di antara perusahaan manufaktur lainnya, PT Chandra Asri Petrochemical Tbk (TPIA) memiliki kapitalisasi pasar sebesar Rp185,02 triliun dan beroperasi di sektor industri dasar dan kimia.

Selain itu, industri manufaktur merupakan kontributor penting terhadap PDB tahunan karena barang dan jasa yang dihasilkannya. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, dilansir dari kemenperin.go.id, menyebutkan bahwa sejak tahun 2010 sektor industri manufaktur memberikan kontribusi terbesar untuk PDB nasional dan pada tahun 2021, sektor industri manufaktur mencatatkan PDB sebesar Rp2.946,9 Triliun, dimana angka ini menunjukkan peningkatan sebesar Rp2.760,43 Triliun dari tahun sebelumnya. Masih dilansir dari sumber yang sama, *Purchasing Manager's Index* (PMI) sebagai indeks yang menunjukkan pandangan baik dari pelaku bisnis terhadap prospek perekonomian perusahaan ke depannya, menunjukkan bahwa PMI Manufaktur Indonesia mengalami penurunan di bulan Juli dan Agustus 2021 akibat adanya pembatasan aktivitas di masa darurat PPKM dan PPKM level 4. Meskipun demikian, sektor industri manufaktur masih tetap beroperasi dan mengalami kestabilan di tengah pandemi.

Di sisi lain, perusahaan manufaktur adalah salah satu industri yang banyak digunakan sebagai objek di dalam penelitian karena memiliki risiko bisnis yang besar. Risiko tersebut seringkali mempengaruhi kinerja perusahaan yang menyebabkan terjadinya penurunan nilai perusahaan. Salah satu kasus penurunan kinerja perusahaan yang terjadi, adalah kasus PT Krakatau Steel Tbk yang mencatatkan kerugiannya dari tahun 2012 sampai tahun 2019, dan semakin

memburuk pada dua tahun terakhir. Bersumber dari CNN Indonesia, pada kuartal ketiga di tahun 2019, PT Krakatau Steel Tbk mencatatkan kerugian sebesar US\$211,91 juta atau sebesar Rp2,95 triliun. Hal ini membuat PT Krakatau Steel Tbk merestrukturisasi utang sebesar US\$2,2 miliar atau sekitar Rp30 triliun. Restrukturisasi tersebut dilakukan dengan harapan beban bunga dan kewajiban pokoknya menjadi lebih ringan dan akan membantu dalam memperbaiki kinerja dari perusahaan.

Melalui penjelasan pada paragraf sebelumnya, perusahaan manufaktur dapat disimpulkan memiliki peran yang cukup besar di dalam perekonomian Indonesia dan juga mempunyai kapitalisasi pasar yang cukup besar. Di samping itu, risiko yang tinggi juga membuat investor dapat berhati-hati dalam memilih perusahaan manufaktur sebagai wadah untuk investasinya. Namun, apabila nilai perusahaan manufaktur di pasaran tetap stabil dan terjaga berkemungkinan dapat menyebabkan banyaknya investor yang berkeinginan untuk menginvestasikan modalnya di perusahaan-perusahaan pada industri manufaktur khususnya pada sektor industri dasar dan kimia, karena dengan adanya kestabilan dari nilai perusahaan dapat menjadi salah satu hal yang mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi dikarenakan nilai perusahaan yang stabil menjadi cerminan bagaimana nilai sebuah perusahaan tetap stabil di pasaran.

Di balik kestabilan nilai dalam tiga tahun terakhir tersebut, terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Salah satunya yaitu dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan ini kemudian berada di dalam tanggung jawab perusahaan dalam mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik, sebagaimana yang didefinisikan oleh *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), bahwa tata kelola perusahaan yang baik merupakan seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajemen perusahaan, pemerintah, kreditor, karyawan, dan pihak berkepentingan lainnya (baik di dalam maupun di luar perusahaan). Lebih jelasnya yaitu suatu perangkat yang saling berketerkaitan yang mengendalikan dan mengatur suatu perusahaan.

Tata kelola perusahaan ini telah menjadi hal dasar yang diperlukan oleh perusahaan terkhusus di tengah ketatnya persaingan antar perusahaan. Tata kelola

perusahaan yang baik diperlukan agar pengelolaan perusahaan berjalan dengan efektif dan efisien (Lastanti & Salim, 2019). Untuk itu, tata kelola yang baik ini dirancang tidak lain adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan keuntungan bagi semua pemegang saham. Selanjutnya, tata kelola perusahaan yang baik dapat didorong oleh partisipasi perusahaan dalam inisiatif pengungkapan CSR dan informasi yang material. Pengungkapan CSR ini juga menjadi salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan yang berdasarkan kepada *triple bottom lines* sesuai dengan yang disebutkan oleh *Global Impact Initiative* (2002) bahwa tanggung jawab ini berfokus bukan hanya kepada pencarian laba sebesar-besarnya (*profit*), tetapi juga untuk memberikan manfaat bagi banyak orang (*people*), dan menjamin kelangsungan kehidupan di planet ini (*planet*). Oleh karenanya, ketika sebuah perusahaan mengambil langkah-langkah untuk mengatasi ketidakadilan sosial dan kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh operasinya, perusahaan tersebut terlibat dalam apa yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (Siregar & Safitri, 2019).

Pada dasarnya CSR diterapkan semata-mata karena kenyataan bahwa berbagai pihak turut berkontribusi dan membantu atas kehidupan, operasi, keuntungan, dan bertahannya sebuah perusahaan (Zarlia & Salim, 2014). Kegiatan CSR pada umumnya berupa pemberian bantuan beasiswa, pembangunan infrastruktur, bantuan bagi korban bencana, pemberian modal usaha, serta bantuan untuk memperbaiki sarana dan prasarana umum yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, semakin banyaknya bentuk kegiatan CSR yang perusahaan lakukan, maka akan semakin baik juga citra perusahaan tersebut di mata masyarakat karena dianggap transparan terhadap pengungkapan informasinya. Jika citra sebuah perusahaan semakin membaik, maka akan menarik minat konsumen. Dengan begitu, investor akan berminat dengan perusahaan karena dengan loyalitas konsumen akan terjadi peningkatan penjualan dan profitabilitas perusahaan. Dengan demikian, bukan tidak mungkin nilai perusahaan akan mengalami peningkatan (Puspaningrum, 2017).

Selanjutnya di sisi lain, tata kelola perusahaan juga dianggap sebagai sebuah alat yang akan mampu mengontrol dan meminimalisir terjadinya konflik keagenan atau *agency conflict*. Mengingat bahwa tidak menutup kemungkinan di dalam

proses peningkatan dan optimalisasi nilai perusahaan akan dapat terhambat oleh konflik keagenan atau konflik kepentingan antara pemegang saham dan pengelola perusahaan ini. Kepentingan dan tujuan manajemen seringkali bertentangan dengan kepentingan pemegang saham perusahaan, yang menyebabkan gesekan. Hal lainnya yang menimbulkan terjadinya *agency conflict*. *Agency conflict* ini dapat timbul akibat adanya ketidakseimbangan informasi atau *information asymmetry* yang membuat manajer lebih mengetahui mengenai informasi internal perusahaan daripada investor atau pemegang saham, seharusnya, karena adanya hal tersebut manajer harus melaporkan informasi-informasi tersebut kepada investor (Aditya et al., 2020). Selain itu, manajer yang mengutamakan pemaksimalan keuntungan perusahaan sehingga akan menerima bonus atau insentif yang besar juga merupakan penyebab adanya *agency conflict*. Hal ini dapat terjadinya karena tindakan dari manajer tersebut tentunya bertentangan dengan yang diinginkan oleh pemegang saham, karena kepentingan pribadi dari manajer tidak disukai oleh pemegang saham yang lebih mengutamakan kesejahteraan diri pribadi dengan peningkatan keuntungan perusahaan. Selain hal tersebut, *agency cost* juga dapat timbul karena manajer lebih senang memanfaatkan sisa kas yang dimiliki oleh perusahaan dengan menginvestasikannya ke dalam proyek-proyek yang dapat memberikan keuntungan besar sehingga akan meningkatkan insentif atau bonus yang akan diterimanya. Sedangkan, pemegang saham lebih senang menggunakan dana tersebut untuk dibagikan kepada pemegang saham lainnya sehingga akan terjadi peningkatan kesejahteraan pemegang saham (Wardani, 2020). Tindakan manajer ini juga akan menyebabkan perusahaan menghabiskan lebih banyak uang daripada yang dimilikinya, yang akan menurunkan laba perusahaan dan berpengaruh pada harga saham. Akibatnya, nilai perusahaan akan turun.

Kemudian, *agency cost* menjadi salah satu hal yang timbul akibat terjadinya konflik keagenan atau *agency conflict*. *Agency cost* ini timbul karena perusahaan memerlukan sebuah solusi atas tindakan manajer yang tidak selaras dengan tujuan dari investor untuk menghindari terjadinya *agency conflict* (Aditya et al., 2020). Maka, *agency cost* dimunculkan untuk meminimalisasi konflik tersebut, salah satunya yaitu dengan cara mengeluarkan biaya-biaya yang diperlukan untuk mengontrol perilaku dari manajer. Dengan terkontrolnya perilaku manajer, akan

dapat mencegah terjadinya penurunan nilai perusahaan karena minimnya konflik yang ditimbulkan. Lalu ditambahkan pula oleh argument dari Chen et al. (2014) yang mengemukakan bahwa dengan adanya *agency cost*, nilai perusahaan akan meningkat dengan seiring peningkatan *agency cost* yang pemegang saham keluarkan karena dengan biaya tersebut, pemegang saham akan dapat mengendalikan manajemen.

Selanjutnya, *agency conflict* juga dapat timbul karena adanya kebijakan dividen di sebuah perusahaan. Konflik ini timbul karena adanya perbedaan kepentingan antara pihak investor atau pemegang saham dan pihak manajemen. Hal tersebut dikarenakan perusahaan harus mempertimbangkan apakah keuntungan yang diperolehnya akan dibagikan kepada pemegang saham atau akan dipergunakan kembali sebagai modal perusahaan yang disebut sebagai laba ditahan (*retained earnings*), keputusan perusahaan dalam menentukan penggunaan keuntungannya inilah yang disebut sebagai kebijakan dividen (Putra & Lestari, 2016). Kemudian pemegang saham yang berkeinginan agar sebagian keuntungan tersebut dibagikan kepada para pemegang saham bertentangan dengan keinginan manajemen yang berpandangan bahwa keuntungan tersebut lebih baik digunakan untuk modal operasional perusahaan. Hal ini juga menjadikan kebijakan dividen menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Putra & Lestari (2016) konflik ini nantinya akan menyebabkan tujuan perusahaan tidak tercapai dengan baik, yang salah satunya yaitu tidak terjadinya peningkatan nilai perusahaan. Namun di samping hal tersebut, manajer juga dapat menggunakan pembagian dividen untuk mengurangi asimetri informasi dengan pemegang saham (Nisa, 2019). Manajer dapat mengungkapkan informasi yang dimilikinya kepada pemegang saham dengan melakukan pembagian dividen, apabila informasi yang dimiliki manajemen tentang kinerja perusahaan tersampaikan dengan baik justru hal tersebut akan membantu terminimalisirnya konflik di antara manajer dan pemilik saham.

Selain itu, tentunya investor memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan dari investasinya. Maka oleh karenanya, keputusan investor untuk dapat menginvestasikan hartanya di perusahaan salah satunya dapat dipengaruhi oleh kebijakan dividen. Sehingga, perusahaan diharapkan dapat menarik investor

dengan membagikan dividen. Dengan demikian, investor akan tertarik untuk berinvestasi. Hal ini didukung oleh penelitian dari Umam & Hartono (2019) yang menyatakan bahwa para investor lebih tertarik kepada perusahaan yang membagikan dividen karena terdapat kepastian atas pengembalian investasi yang mereka tanamkan di perusahaan pada masa yang akan datang.

Melalui fenomena yang tersaji sebelumnya, dapat dilihat pula bahwa perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar yang besar yang dapat digunakan untuk mengindikasikan ukuran perusahaan. Yadav et al. (2022) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan merupakan total aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, dan total aset memiliki peran penting dalam menentukan pilihan pendanaan serta, ditambahkan oleh Shah et al. (2016), dalam kinerja perusahaan. Sebuah perusahaan besar memiliki kemampuan untuk mendapatkan modal dari pihak luar yang lebih besar daripada perusahaan yang lebih kecil, baik dalam hal peningkatan total utang ataupun menerbitkan saham baru. Hal ini dikarenakan perusahaan besar mempunyai jaminan yang besar pula atas besarnya total aset yang dimiliki serta reputasi yang baik di pasar modal. (Haron, 2014; Shah et al., 2016). Kemudian, semakin besarnya ukuran perusahaan, akan terdapat kecenderungan bagi lebih banyak investor untuk memperhatikan perusahaan tersebut (Darmawan et al., 2020). Oleh karenanya, dengan semakin besarnya ukuran perusahaan maka akan memungkinkan semakin tingginya nilai suatu perusahaan karena banyaknya investor yang menaruh perhatian kepada perusahaan. Selain itu, penelitian dari Umam & Hartono (2019) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi investor untuk menginvestasikan sahamnya ke dalam sebuah perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi karena investor menerima sinyal positif akibat pengungkapan laporan keuangan yang di dalamnya dapat terlihat bahwa ukuran perusahaan yang semakin besar juga mengindikasikan bahwa hasil kegiatan operasionalnya juga mengalami peningkatan yang membuat pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan mengalami peningkatan pula. Dengan hal tersebut, harga saham akan dapat meningkat dan nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

Selanjutnya, selain atas dasar fenomena dan penjelasan di atas, penelitian ini juga dilakukan karena masih terdapatnya inkonsistensi hasil dari penelitian-

penelitian sebelumnya. Untuk variabel pengungkapan CSR ditemukan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh variabel ini menurut penelitian yang dilakukan oleh Retno & Priantinah (2012) dan Chen & Lee (2017). Selanjutnya, penelitian dari Titisari et al., (2019) mendapatkan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi secara positif oleh pengungkapan CSR. Penelitian-penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian dari Priastiningrum (2017) yang menghasilkan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kemudian, untuk variabel *agency cost* ditemukan bahwa terdapat penelitian yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat terpengaruh secara signifikan oleh *agency cost* seperti penelitian dari Adityamurti dan Ghozali (2017). Kemudian, Whardani & Susilowati (2020) menyatakan bahwa nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh *agency cost* secara positif. Penelitian-penelitian tersebut kemudian bertentangan dengan penelitian dari Wellalage & Locke (2013) yang menghasilkan temuan yaitu nilai perusahaan dapat terpengaruh secara negatif oleh *agency cost*. Sedangkan, penelitian dari Adityamurti & Ghozali (2017) bertentangan dengan hasil penelitian dari Nurmalasari & Maradesa (2021) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh *agency cost*.

Faktor selanjutnya yaitu kebijakan dividen. Penelitian dari Putra & Lestari (2016) dan Seth & Mahenthiran (2022) menemukan bahwa dengan tingginya kebijakan dividen yang dilakukan perusahaan dapat membuat kenaikan nilai perusahaan. Di lain sisi, penelitian dari Anita & Yulianto (2016) menemukan hasil yang berbeda, yaitu bahwa naik dan turunnya tingkat kebijakan dividen yang dilakukan oleh perusahaan tidak membuat nilai perusahaan mengalami kenaikan ataupun penurunan.

Selanjutnya, nilai perusahaan juga dapat terpengaruh oleh faktor lainnya, salah satunya yaitu ukuran perusahaan. Dimana menurut Siahaan (2013) menyatakan bahwa nilai perusahaan secara signifikan dapat terpengaruh oleh ukuran perusahaan. Penelitian dari Siahaan (2013) tersebut sejalan dengan penelitian dari Pradana & Astika (2019) yang juga menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut kemudian berbanding terbalik dengan penelitian dari Indriyani (2017) yang menghasilkan bahwa ukuran sebuah perusahaan tidak banyak berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. Hasil yang sama didapatkan oleh Safira & Widjayantie (2021) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.

Inkonsistensi hasil penelitian di atas didukung oleh rekomendasi dari beberapa penelitian terdahulu untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh variabel-variabel lain terhadap nilai perusahaan. Purwanto et al. (2021) memiliki penelitian yang mengkaji pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dan merekomendasikan untuk menambah atau mengganti faktor-faktor lainnya sebagai variabel independen yang dapat mempengaruhi naik dan turunnya nilai perusahaan. Berdasarkan rekomendasi tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai variabel-variabel terkait di atas dengan kebaruan di dalam penelitian ini berupa menggabungkan penelitian dari Umam & Hartono (2019) dengan menggunakan proksi yang berbeda untuk pengungkapan CSR dengan menggunakan GRI Standards yang berfokus kepada pengungkapan ekonomi, sosial dan lingkungan dan berjumlah 89 poin pengungkapan, selain itu peneliti menambahkan variabel *agency cost* yang diadaptasi dari Nurmalasari & Yani (2021), serta ukuran perusahaan dengan menggunakan proksi Ln (Total Aset) yang diadaptasi dari penelitian Wedayanti & Wirajaya (2018).

Melalui penjelasan, adanya *gap research*, dan kontribusi yang ingin peneliti capai, maka berdasarkan faktor-faktor yang berkemungkinan mempengaruhi nilai suatu perusahaan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diperlukan penyelidikan yang lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Agency Cost*, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan”**.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan?
- b. Apakah *Agency Cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan?
- c. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka peneliti mengidentifikasi dan menganalisis tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021
- b. Untuk menganalisis pengaruh *Agency Cost* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021
- c. Untuk menganalisis pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021

1.4 Manfaat Penelitian

Di dalam penelitian ini, peneliti mengharapkan adanya manfaat yang dapat dituai bagi para pembaca. Manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini yaitu:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan landasan bagi pengembangan literatur masa depan tentang topik dampak pengungkapan CSR, *agency cost*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, dengan berfokus pada perusahaan manufaktur dasar dan kimia yang terdaftar di BEI.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Investor

Penelitian ini memiliki tujuan untuk membantu investor dalam membuat keputusan investasi yang tepat pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia dengan memeriksa dampak kinerja operasional perusahaan dengan lingkungan sekitarnya, seperti yang diungkapkan oleh tanggung jawab sosial perusahaan, dampak dari *agency cost* dan juga kebijakan pembagian dividen terhadap nilai perusahaan.

2) Bagi Perusahaan Manufaktur Sektor Dasar dan Kimia

Penelitian ini berharap perusahaan manufaktur di sektor dasar dan kimia dapat menggunakan temuan studi ini sebagai masukan dan pertimbangan yang berguna ketika membuat keputusan tentang manajemen tata kelola perusahaan, terutama yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *agency cost*, dan kebijakan dividen untuk memaksimalkan nilai masa depan perusahaan.