

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia pada era globalisasi saat ini, dunia usaha semakin berkembang pesat sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Setiap perusahaan yang berkembang pesat dapat memaksimalkan nilai perusahaan dan mensejahterakan para pemegang saham. Saat pemegang saham akan mengembangkan usaha-usahanya perusahaan membutuhkan investor, dimana investor disini memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, secara keseluruhan serta terhadap biaya modal perusahaan secara keseluruhan pula. Peningkatan nilai perusahaan bisa dicapai apabila manajemen perusahaan mampu menjalin kerja sama yang baik dengan *stakeholdersnya*.

Menurut Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah suatu konsep penting bagi investor, sebab nilai perusahaan merupakan tolak ukur yang digunakan pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Apabila perusahaan tersebut dijual, besarnya harga yang dibayarkan oleh calon pembeli itulah yang disebut nilai perusahaan. Fokus utama investor apabila akan menginvestasikan modalnya pada suatu entitas. Dengan melihat harga saham maka investor dapat mengetahui seberapa besar perusahaan tersebut mampu mengembangkan modal yang akan diinvestasikan. Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan

salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, sedangkan tinggi rendahnya harga saham dipengaruhi oleh salah satu kondisi emiten. Secara keseluruhan bahwa setiap perusahaan akan mengembangkan modal untuk merealisasikan kinerja perusahaan yang baik sehingga perusahaan juga dapat memberikan informasi terhadap *stakeholdersnya*.

Fenomena terkait dengan krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008 berdampak terhadap pasar modal Indonesia yang tercermin dari terkoreksi turunnya harga saham hingga 40-60 persen dari posisi awal tahun 2008 (Kompas, 25 November 2005), yang disebabkan oleh aksi melepas saham oleh investor asing yang membutuhkan likuiditas dan diperparah dengan aksi “ikut-ikutan” dari investor domestik yang ramai-ramai melepas sahamnya. Kondisi tersebut secara harfiah mempengaruhi nilai perusahaan karena nilai perusahaan itu sendiri jika diamati melalui kemakmuran pemegang saham yang dapat diukur melalui harga saham perusahaan di pasar modal.

Perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan dapat menggunakan kinerja perusahaan yang diukur dengan profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan dalam memperoleh profit pada periode tertentu. Suatu perusahaan yang tinggi serta berhasil memperoleh laba yang terus meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga akan menciptakan respon yang positif kepada pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Semakin pertumbuhan profitabilitas pada sebuah perusahaan maka prospek perusahaan

di masa depan dapat dinilai baik, yang artinya bahwa nilai perusahaan juga akan ternilai semakin baik dimata investor.

Pramana dan Mustanda (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Mardiyati *et.al.*, (2012) menunjukkan bahwa rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Yuniati *et.al.*, (2016) menunjukkan bahwa rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Banyaknya penelitian mengenai profitabilitas yang pengukurannya menggunakan *Return On Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan namun hasilnya menunjukkan adanya ketidakkosistenan, sehingga pada penelitian ini menggunakan *Return On Equity* (ROE) dalam pengukurannya.

Terdapat faktor lain yang di duga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Menurut Sujoko dan Ugi (2007) ukuran perusahaan dapat dilihat dengan besar kecilnya perusahaan yang akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran perusahaan juga dapat dikatakan sebagai sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai besar atau kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan semakin tinggi.

Suatu perusahaan yang memiliki total aktiva dengan jumlah besar maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut akan banyak mendapatkan perhatian yang besar dari para investor, kreditor, maupun para pemakai informasi keuangan lainnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Menurut Pramana dan Mustanda (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Bernandhi dan Muid (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Wiyono (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini juga menambahkan kepemilikan manajerial sebagai variabel independen dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Menurut Suryani (2010) kepemilikan manajerial adalah besar kecilnya jumlah kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan dapat mengindikasikan adanya kesamaan (*congruance*) kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa manajer yang mempunyai kepemilikan saham di perusahaan akan cenderung bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham karena terdapat kesamaan kepentingan antara keduanya. Manajer sekaligus pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham akan meningkat juga.

Eriandi (2013) menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Sofyaningsih dan Hardiningsih (2011) menemukan bahwa variabel kepemilikan manajerial terbukti mempengaruhi nilai perusahaan. Namun penelitian Permatasari (2010) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dapat diketahui bahwa beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari betapa pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Hal ini juga didukung dengan adanya UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan penerbitan PP No. 47/2012 yang menyatakan bahwa perusahaan yang memanfaatkan atau berdampak terhadap fungsi sumber daya alam dituntut tidak hanya mencari keuntungan semata, akan tetapi juga dituntut untuk memperhatikan masyarakat luas dengan melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pramana dan Mustanda (2016) dan Susanti dan Santoso (2011) menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewa *et.al.*, (2014) menunjukkan bahwa luas pengungkapan *corporate social responsibility* tidak

mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Pramana dan Mustanda (2016) dan Imron *et.al.*, (2013) sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sudana dan Arlindania (2011) yang membuktikan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* mampu memperkuat hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Kusumawardani (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memperkuat hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Hadiprajitno (2012) sejalan dengan penelitian Amanti (2012) yang menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memperkuat pengaruh antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah diteliti oleh Pramana dan Mustanda (2016) yang bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan csr sebagai variabel moderasi. Penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2013. Adapun tujuan dari replikasi ini karena penelitian tersebut masih belum meyakinkan (*inconclusive*) dan sebagai usaha untuk menyempurnakan hasil penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian ulang dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015).”**

Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah adanya pemilihan periode penelitian yaitu tahun 2013-2015, penambahan variabel independen yaitu mekanisme *corporate governance* yang diproksikan kepemilikan manajerial dan penambahan variabel moderasi yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*, serta pengukuran nilai perusahaan menggunakan *price book value*. Dikarenakan ketidakkonsistennya penelitian terdahulu maka di pandang perlu untuk melakukan penelitian dan pengujian kembali dengan menggunakan laporan keuangan terbaru yaitu tahun 2013-2015.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian tersebut maka penelitian ini dibatasi dengan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial untuk mrnguji terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Sehingga penelitian yang dilakukan dapat mempersingkat waktu, tenaga dan teori-teori untuk mendapatkan hasil yang signifikan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah penelitian yaitu :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
4. Apakah pengungkapan *corporate social resposibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
5. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memperkuat pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

6. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memperkuat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
7. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memperkuat pengaruh positif kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditunjukkan tujuan dari penelitian, yaitu :

1. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
2. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
3. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
4. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
5. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di

BEI dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi.

6. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi.
7. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam bidang teoritis dan praktisi :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan atau pengetahuan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pembahasannya khusus terkait pengaruh profitabilitas, *size* dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Selain itu, diharapkan mampu menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang erat kaitannya dengan nilai perusahaan.

2. Manfaat praktisi

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi perusahaan agar mengetahui tingkat nilai perusahaan yang disajikan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Serta menjadi pengawas atau pengontrol terhadap aktivitas perusahaan khususnya dalam mengetahui nilai perusahaan. Kemudian dengan adanya publikasian kepada masyarakat tentang tujuan-tujuan perusahaan, maka perusahaan akan mendapat perhatian, kepercayaan, dan dukungan dari masyarakat.