

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang, perkembangan ekonomi dan teknologi semakin pesat terjadi di dunia. Perkembangan yang pesat menyebabkan persaingan pada perusahaan – perusahaan pula. Perusahaan harus bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya agar tetap bisa beroperasi. Pada umumnya, tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar – besarnya agar dapat memakmurkan pada pemegang sahamnya. Investor juga akan melihat kinerja keuangan perusahaan tersebut dalam mengelola keuangan perusahaan agar perusahaan mendapatkan laba yang maksimal. jika perusahaan mendapatkan laba yang maksimal, maka akan meningkatkan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk memakmurkan kekayaan/ nilai perusahaan dengan mengatasi kendala – kendala yang dihadapi. Adanya kendala membatasi besarnya kemungkinan atau kebebasan tindakan perusahaan dan membatasi nilai perusahaan sampai ke tingkat yang lebih rendah dibandingkan dengan apabila kendala tidak ada. Akan tetapi, dengan adanya kendala, perusahaan berusaha memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Berdasarkan pengamatan, perusahaan sering kali mengorbankan laba jangka pendek untuk meningkatkan laba

masa depan/ jangka panjang (Salvatore D, 2011). Nilai perusahaan terdiri dari nilai utang dan nilai saham. Untuk memudahkan analisis, tujuan tersebut sering disingkat sebagai memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham bisa dilihat melalui harga jual perusahaan (jika dijual) atau melalui jasa penilai perusahaan (Hanafi M. M., 2014).

Perusahaan berlomba – lomba dalam mendapatkan laba yang maksimal untuk meningkatkan nilai perusahaan. tetapi banyak perusahaan yang belum menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yaitu tanggung jawab perusahaan yang berkelanjutan agar tidak menimbulkan dampak negatif pada lingkungan fisik maupun sosial. Banyak perusahaan yang hanya memikirkan efek jangka pendek dari kegiatan operasionalnya tanpa ada akibat jangka panjang yang berkelanjutan yang akan mempengaruhi profit serta nilai perusahaan dimata investor dan masyarakat.

Terdapat faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan dimata investor yaitu ukuran perusahaan. ukuran perusahaan yang besar akan mempengaruhi minat investor dalam memutuskan untuk beinvestasi atau tidak, karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan investor. Perusahaan yang besar biasanya lebih terbuka dalam melaporkan laporan keuangannya sebagai rasa tanggung jawabnya.

Kinerja manufaktur di Indonesia pada 2015 mengalami perlambatan sebesar 0,5 yaitu dari 51,9 menjadi 51,4. Kendati kinerja manufaktur melambat, namun kinerja produksi mengalami pertumbuhan pada 2016. Perusahaan manufaktur selama 2016 mengalami kenaikan harga penjualan, dikarenakan meningkatnya harga bahan baku. Hal ini tentu akan mempengaruhi tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh oleh perusahaan (www.kemenperin.go.id). Perusahaan akan terlihat baik dimata investor apabila perusahaan dapat mengelola keuangan dan aset yang dimiliki dengan baik, agar memiliki prospek dimata yang akan datang.

Adanya *research gap* dalam penelitian yaitu penelitian Rahayu (2010) menyatakan bahwa menyatakan bahwa ROE tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi DJ Alfredi,dkk (2010) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Rahayu (2010) menyatakan bahwa CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara ROE dengan nilai perusahaan, tetapi Bulan A A dan Astika I B (2014) mengatakan bahwa CSR dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Imron G, dkk (2013) menyatakan bahwa CSR dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, tetapi Pramana I G dan Mustanda I K (2016) menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

Oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan replikasi dari penelitian Pramana I G dan Mustanda I K (2016) dengan judul “pengaruh profitabilitas dan *size* terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi”. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah pada obyek, proksi dan tahun pengamatan.

B. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

3. Menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* memperkuat hubungan antara profitabilitas dan Nilai perusahaan.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis : menjelaskan teori tentang Kinerja Keuangan, ukuran perusahaan, Nilai Perusahaan dan *Corporate Sosial Responsibility*.
2. Secara Praktis : sebagai bahan pertimbangan atau referensi bagi perusahaan sejenis dalam menerapkan kebijakan atau membuat keputusan.

