

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Memasuki industri global dan melihat kondisi perekonomian yang semakin berkembang, menciptakan arus persaingan ketat antar perusahaan. Melihat kondisi pasar yang selalu mengalami perubahan, perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan kinerjanya agar dapat mempertahankan usahanya dan mencapai tujuannya, seperti laba yang tinggi. Untuk mewujudkan tujuan utama perusahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimilikinya meningkat. Harga saham juga menunjukkan nilai perusahaan (Sartono, 2016). Naik turunnya harga saham dipasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan karena terkait dengan adanya isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Dalam konsisi tersebut, dibutuhkan solusi agar perusahaan tetap stabil dalam menghadapi masalah keuangan. Adanya penurunan pada laba perusahaan maka harga saham pun ikut menurun yang berdampak pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, nilai saham sangatlah penting karena mencerminkan kinerja perusahaan dan dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan.

Haruman (2008) dalam Moeljadi (2014), mengungkapkan bahwa peningkatan nilai perusahaan dapat menarik investor untuk berinvestasi. Untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan, manajer perusahaan dapat menerapkan beberapa cara yakni dengan menggunakan salah satu rasio indikator keuangan

yang dapat meningkatkan profitabilitas. Hal ini dikarenakan profitabilitas dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan. Apabila laba perusahaan yang dihasilkan semakin tinggi, maka menunjukkan semakin baik kemampuan perusahaan membayar dividen. Selain itu, dapat juga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang bagus di masa yang akan datang serta harga saham yang dihasilkan akan semakin tinggi.

Dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan, manajer dapat menerapkan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Saat ini CSR berpedoman pada *triple bottom line* (Nurlela dan Islahuddin, 2008). *Triple bottom line* yaitu *profit* (keuntungan), *people* (sosial), dan *planet* (lingkungan). Sehingga agar perusahaan dapat terus tumbuh berkelanjutan maka perusahaan harus memperhatikan keseimbangan pada dimensi sosial dan lingkungan. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* terkait semakin banyaknya aktivitas operasional perusahaan yang menyebabkan masalah lingkungan. Dimana dengan adanya penerapan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan. Hal ini karena investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki citra yang baik dimasyarakat. Citra perusahaan juga tidak lepas dari kepercayaan dan penerimaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga penjualan perusahaan dapat terus berjalan dan profitabilitas perusahaan juga meningkat.

Manajer juga harus memperhatikan pertumbuhan perusahaan dari waktu ke waktu. Hal ini karena pertumbuhan perusahaan yang positif dapat berdampak baik bagi investor yang ingin terus berinvestasi pada perusahaan sehingga

membuka kesempatan yang besar untuk memperoleh laba di masa yang akan datang.

Faktor penting berikutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yakni ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan sendiri merupakan tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan besarnya total aktiva. Perusahaan yang memiliki total aktiva atau total aset yang besar maka dianggap memiliki kekayaan yang besar pula. Hal ini memudahkan perusahaan tersebut dalam memperoleh sumber pendanaan dari pihak eksternal.

Beberapa temuan penelitian memiliki hasil yang berbeda dan hal ini merupakan adanya kesenjangan dalam penelitian ini. Penelitian yang menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan antara lain, penelitian Dahlia dan Veronica (2008), Januarti dkk (2005), Rosiana dkk (2013), Burhan dan Rahmanti (2008), Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa pelaksanaan CSR memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Kegiatan CSR memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan yang tercermin dari peningkatan profitabilitas. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Qomariah (2015) dan Suhartati dkk (2011) yang menyatakan bahwa aktivitas CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang menguji pengaruh *growth* terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), Putu Indah Purnama dan Nyoman Abundanti (2014), Saraswati (2014). Hasil penelitian yang diperoleh berupa

growth berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dari hasil penelitian Nur Hidayah (2015) yang menyatakan *growth* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian juga telah menguji tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Gill dan Obradovich (2012), Maryam (2014), Pratama dan Wiksuana (2016), Prasetyorini (2013), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Qomariah (2015), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini sebagai pengembangan lanjutan dari penelitian Moeljadi (2014), adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah tahun penelitian yakni 2012-2016 dan variabel yang digunakan yakni *Corporate Social Responsibility*, *growth*, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis ingin meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Growth*, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2016).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
5. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas ?
6. Apakah *growth* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas ?
7. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas ?
8. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening ?
9. Apakah *growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening ?
10. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *growth* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk menganalisis pengaruh *growth* terhadap nilai perusahaan.
7. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
8. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.
9. Untuk menganalisis pengaruh *growth* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.
10. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teotiris

Manfaat penelitian ini untuk menambah dan mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada sehubungan dengan penelitian tentang pengaruh *Corporate Social*

Responsibility, growth, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.

2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan, yaitu diharapkan mampu memberikan tambahan informasi serta acuan sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

b. Bagi investor

Manfaat penelitian ini bagi investor, yaitu hasil penelitian ini diharap sebagai bahan referensi atau pertimbangan pada analisis fundamental laporan keuangan perusahaan, khususnya bagi individual investor atau investor retail yang tertarik untuk berinvestasi dalam pasar saham agar mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan tepat dalam melakukan investasi.

E. Batasan Penelitian

1. Peneliti hanya memfokuskan objek penelitian ini pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Periode tahun penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah 2012-2016.
3. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan, dan variabel independen terdiri dari *Corporate Social Responsibility, growth*,

dan ukuran perusahaan. Penelitian ini juga menggunakan variabel intervening yakni profitabilitas.