

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi dibidang usaha kini berkembang begitu cepat, baik besar maupun kecil, serta sektor industri yang memiliki peran penting pada perekonomian dengan tujuan atau rencana untuk mencapainya. Yang terpenting dari banyak tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan (Wardhany et al, 2019). Melakukan peningkatan nilai perusahaan agar bernilai bagus adalah tujuan jangka panjang yang mesti dipenuhi, dan ini terwakili dalam harga pasar saham, yang memungkinkan investor untuk melacak valuasi perusahaan melalui perubahan harga saham. Untuk perusahaan publik, bagian dari saham perusahaan yang diterbitkan di bursa efek.

Turun dan naiknya harga pasar saham di pasar modal merupakan topik yang memikat untuk ditelaah dalam kaitannya dengan subjek perubahan nilai perusahaan. Pada 14 April 2020, Qolbi meliput dan merevisi fenomena terkait nilai perusahaan dari (investasi.kontan.co.id) Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), rata-rata nilai transaksi harian saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2020 hanya 3, dengan total Rp. 6,96 triliun per 3 April 2020. Statistik ini terkoreksi sebesar 28% jika dibandingkan dengan rata-rata nilai transaksi harian tahun sebelumnya sebesar Rp. 9,67 triliun pada tanggal 5 April 2019. Untuk selanjutnya menggunakan time frame yang sama, rata-rata harian. Padahal, rata-rata volume transaksi harian tahun lalu adalah 14,5 miliar lembar saham. Sektor perdagangan dan beberapa industri, menurut analis MNC Sekuritas, Herditya Wicaksana, paling menderita akibat wabah virus corona. Karena virus

mengganggu ekspor dan impor, itu berdampak signifikan pada industri perdagangan dan banyak bisnis. Selain itu, sektor yang mengandalkan bahan baku impor juga merasakan dampak pelemahan rupiah. Chris memprediksi nilai transaksi BEI ke depan akan tetap rendah. Karena efek ke bawah serta banyaknya reksa dana bermasalah yang dibekukan oleh OJK, kemungkinan akan tetap rendah.

Nilai perusahaan begitu penting karena kekayaan pemegang saham yang kuat membutuhkan nilai perusahaan yang tinggi (Pratama & Wiksuana, 2016). Tingkat harga saham yang lebih tinggi meningkatkan nilai perusahaan, menampilkan prospek masa depan, dan mencerminkan aset perusahaan secara keseluruhan. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, relevansi nilai-nilai perusahaan mengharuskan setiap organisasi menerapkan rencana yang benar untuk memaksimalkan efisiensi dan mencapai tujuannya. Kedepannya, tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilainya. Nilai untuk uang adalah sumber nilai perusahaan (PBV). PBV ialah salah satu teknik untuk memperkirakan nilai perusahaan dalam penelitian ini. Jika Anda melihat PBV, Anda mempelajari nilai-nilai perusahaan dari pabrikan. Daftar nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur untuk tahun 2015-2019 diberikan.

Tabel 1.1
Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV) Manufaktur
di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019

No	Tahun	PBV
1	2015	28,78%
2	2016	27,21%
3	2017	44,01%
4	2018	42,16%
5	2019	51.12%

Sumber : www.idx.co.id (Data diolah peneliti, 2021)

Rata-rata Price Book to Value dari bisnis manufaktur yang ada di BEI tahun 2015 - 2019 ada pada tabel di atas. Berdasarkan grafiknya, rata-rata PBV perusahaan manufaktur bervariasi sepanjang tahun 2015. Penurunan daya beli masyarakat menjadi pemicunya. Belum lagi pelemahan ekonomi dunia yang dimulai pada 2015. Awal perekonomian dunia pada 2015 dan 2016 berdampak pada turunnya permintaan produk industri Indonesia, demikian penuturan Mirza Adityaswara, Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia (BI). Orang-orang saat ini cenderung menabung lebih banyak dan mengonsumsi lebih sedikit, yang mengakibatkan penurunan daya beli sehingga permintaan menurun dan mengakibatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham juga menurun (www.kumparan.com).

Meski nilai berfluktuasi, peningkatan PBV terjadi pada tahun-tahun berikutnya. Manufaktur, industri dengan jumlah industri terbesar di BEI (www.idx.co.id) menunjukkan pentingnya nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan pastinya menentukan ketertarikan investor dan calon investor. Banyak

elemen, menurut penelitian sebelumnya yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas, menurut Pratama dan Wiksuana (2016), berpengaruh untuk nilai perusahaan.

Menguntungkan adalah suatu pendekatan untuk memaksimalkan biaya perusahaan. Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk mewakili laba dari investasi keuangan, sehingga profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan karena sumber internal yang lebih besar. Peningkatan profitabilitas untuk perusahaan Anda akan dilihat sebagai tanda positif bagi potensi masa depan perusahaan. Dengan kata lain, biaya perusahaan berarti mempertimbangkan mata investor. Jika profitabilitas perusahaan meningkat, harga saham akan meningkat (Wardhany et al, 2019). Oleh karena itu, profitabilitas ini sulit disebarkan untuk memaksimalkan sumber daya yang ada untuk mendapatkan manfaat bagi Perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran investor dan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Menurut Pratama dan Wiksuana (2016), Profitabilitas berdampak pada nilai sebuah perusahaan. Sementara itu, Octaviany et al (2019) mengklaim bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi nilai bisnis.

Salah satu aspek yang harus diperhitungkan ketika menetapkan nilai perusahaan adalah ukurannya. Menurut Brigham dan Houston (2011), ukuran perusahaan didefinisikan sebagai total aset dibagi dengan jumlah karyawan, penjualan kotor, laba kotor, beban pajak, dan parameter lainnya. Nilai keseluruhan aset perusahaan tercermin dari ukurannya. UMKM dan perusahaan besar adalah dua jenis usaha berbeda. Ukuran perusahaan diukur dalam total aset dan direpresentasikan sebagai persentase dari total asetnya. Semakin banyak kas yang harus diinvestasikan, semakin besar total aset dan perusahaan. Makin baik kinerja

keuangan perusahaan maka semakin yakin investor akan keberhasilan keuangan perusahaan, dan tentunya semakin bahagia stakeholders perusahaan (Nurminda et al, 2017). Ukuran perusahaan memainkan peran penting dalam menentukan nilainya. Logaritma natural dari total aset digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan. Kecil besarnya suatu perusahaan melibatkan jumlah karyawan. Perusahaan dengan aset besar akan lebih mudah dikelola jika penggunaan aset yang dimodifikasi dapat memberikan nilai bagi organisasi dari sudut pandang manajemen. Skala perusahaan dapat menarik investor (Octaviany et al, 2019). Menurut Pratama & Wiksuana (2016), ukuran perusahaan berpengaruh untuk nilai perusahaan. Hasil penelitian Lumoly et al. (2018), ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilainya.

Pandemi Covid-19 telah menyoroiti sejumlah masalah sosial ekonomi, termasuk kemiskinan dan ketidaksetaraan. Dalam suatu negara, masih ada tingkat yang lebih tinggi. Di masa pandemi, perusahaan memiliki peluang besar untuk melakukan CSR yang lebih fokus pada upaya menjawab tantangan sosial di sektor ini. Wabah ini telah menarik perhatian publik perusahaan-perusahaan yang tanggap memberi keputusan untuk hubungan kerja dengan karyawan, memberhentikan mereka tanpa kompensasi, dan merendahkan transaksi perusahaan. Namun, pemerintah dan masyarakat juga mengakui bisnis yang memiliki tujuan mulia dan berkontribusi dengan cara mereka sendiri yang unik untuk menyebarkan prinsip-prinsip perusahaan yang lebih relevan. Ini karena makin banyak bisnis yang memahami bila keberlangsungan hidup dan kesuksesan jangka panjang mereka tergantung akan kemampuan mereka untuk berinovasi.

CSR juga dapat didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk membantu membangun ekonomi yang lebih berkelanjutan. Organisasi bekerja sama dengan karyawan, keluarga, dan masyarakat di sekitar untuk meningkatkan kualitas hidup semua orang. Akibatnya, jelas bahwa korporasi mengabdikan diri untuk kesejahteraan masyarakat setempat, yang tindakannya tidak hanya didasarkan pada keuntungan, tetapi juga pada kebutuhan untuk mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan. Ini mungkin menjadi kesempatan bagi bisnis untuk menunjukkan kepada dunia yang lebih besar bahwa mereka bekerja bersama masyarakat Indonesia untuk memerangi virus Covid-19 melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan tujuan agar tindakan mereka memperkuat ikatan antara perusahaan dengan masyarakat luas dan pemangku kepentingan lainnya, hingga meningkatkan legitimasi dan nilai positif perusahaan di mata masyarakat (Annisya et al, 2020).

Wings Group merupakan salah satu contoh upaya CSR yang telah membantu dalam menghadapi Covid-19. Pada 3 April 2020, (wartaekonomi.co.id) 5 ditulis oleh Agus dan diedit oleh Rosmayanti. Wings Group mengambil tanggung jawab sosial dengan serius. Wings Group melalui Yayasan Wings Peduli Kasih menyumbangkan Rp25 miliar berupa 25.000 set alat pelindung diri (APD) dan alat bantu pernapasan (ventilator) bagi tenaga medis, serta perlengkapan kebersihan yang berisi makanan, bahan pokok, deterjen, tangan. pembersih tangan, sampo, cuci tangan, dan cairan disinfektan, untuk membantu memerangi wabah Covid-19. Wings Group juga menyerahkan 30.000 paket sembako kepada para pengemudi ojek online di Jabodetabek, sebagai bagian dari respon sektor informal terhadap wabah Covid-19. Sementara itu, bantuan sosial

ini adalah perwujudan riil dukungan Wings Group kepada pemerintah, para pejuang medis, dan semua masyarakat Indonesia dalam upaya memerangi pandemi Covid-19.

Perusahaan yang kinerjanya baik adalah informasi simetris dan non-keuangan, dan ketersediaan informasi yang dapat diakses semua pemangku kepentingan. Informasi tentang informasi non-keuangan yang menginvestasikan investasi dalam investasi dalam modal adalah cara menanggapi lingkungan di sekitar perusahaan. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun pembangunan. Restuning Diah (2010) memiliki lebih banyak CSR, dan perusahaan yang mengungkapkan lebih banyak konsekuensi sosial telah melihat lebih banyak sarana indikator sosial, dan tidak mengungkapkan indikator keuangan terbaik daripada kinerja usaha kecil atau tidak mengungkapkan CSR. Status keuangan perusahaan akan memberikan peluang besar untuk membuat modal lebih baik dan keuangan perusahaan, dan perusahaan akan memiliki peluang besar untuk membuat perusahaan membuat hasil sosial. Pada penelitian ini, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) digunakan sebagai variabel moderasi untuk menyelidiki apakah hal itu bisa meningkatkan atau mengurangi hubungan antara profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Karena

didasarkan akan teori pemangku kepentingan, yang menegaskan bahwa perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada pemangku kepentingan, variabel CSR digunakan sebagai moderator (Wijaya, 2015). Pengajuan CSR perusahaan juga mendapat respon yang baik dari pasar.

Dari pemaparan sebelumnya, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti dengan mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai Variabel *Moderating* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2021“**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Nilai PBV perusahaan manufaktur pada tahun 2015-2019 mengalami fluktuasi.
2. Tidak semua perusahaan manufaktur mengungkapkan CSR, padahal telah diaturkan pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas.

1.3 Pembatasan Masalah

Berfokus pada nilai perusahaan yang dipengaruhi profitabilitas dan ukuran perusahaan saja. Penelitian ini akan dijalankan di perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2021.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2020 sampai dengan 2021?

2. Apakah pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dapat dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2020 sampai dengan 2021?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Dari tahun 2020 hingga 2021, menentukan dan menilai dampak profitabilitas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan dibidang bisnis manufaktur di BEI.
2. Agar memberikan pengetahuan dan menghasilkan analisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 dengan memakai faktor moderasi tanggung jawab sosial perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharap bisa mengungkapkan betapa pentingnya profitabilitas, ukuran bisnis, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menentukan nilai suatu perusahaan, khususnya di industri manufaktur. Serta dapat memanfaatkan teori-teori yang dikembangkan oleh para sarjana di Universitas Negeri Medan selama kegiatan perkuliahan.

b. Untuk Profesional

Temuan penelitian ini harus bermanfaat bagi praktisi sebagai referensi tentang relevansi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan.

c. Ditujukan untuk Akademisi

Temuan penelitian ini bisa dijadikan sumber daya bagi akademisi dan sebagai referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian tentang nilai bisnis dan variabel lain yang mempengaruhinya.



THE
Character Building
UNIVERSITY