

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman yang sangat pesat ini, banyak perusahaan yang sangat berambisi untuk meningkatkan kualitas perusahaannya. Perkembangan dunia bisnis saat ini menunjukkan adanya perubahan cara pandang perusahaan dalam menilai keberhasilan dan kelangsungan usahanya. Keberhasilan tidak lagi hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang berkelanjutan dan menyeluruh. Saat ini setiap perusahaan berlomba-lomba agar perusahaannya tetap stabil dan bisa bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lain, dan memiliki harapan juga keinginan untuk menunjukkan nilai baik mereka kepada masyarakat. Oleh karena itu, semua perusahaan bekerja keras untuk memaksimalkan nilai mereka. Nilai perusahaan adalah pandangan atau persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham (Valentino & Setiawan, 2024). Oleh karena itu nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi persepsi investor pada perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih mudah mendapat dana dari investor. Meningkatkan nilai perusahaan dapat memberikan banyak keuntungan, seperti membuat pembiayaan perusahaan menjadi lebih rendah dan menarik minat investor untuk berinvestasi. Karena itu, perusahaan perlu menjaga dan membangun nilai yang baik agar tetap dipercaya oleh para investor dan pihak yang berkepentingan.

Sebagai bentuk upaya dalam menjaga nilai perusahaan, setiap perusahaan memiliki tujuan untuk terus meningkatkan laba secara konsisten termasuk tujuan dalam jangka pendek. Untuk mencapainya, perusahaan harus tetap berada dalam kondisi yang baik agar kegiatan operasional dapat berjalan lancar dan kepercayaan investor tetap terjaga. Setelah tujuan jangka pendek itu terpenuhi, perusahaan akan berusaha meraih tujuan jangka panjang, yaitu tidak hanya mendapatkan laba, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan nilai perusahaan. Harga pasar saham sering digunakan sebagai acuan bagi investor untuk menilai besarnya ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Ketika harga saham semakin meningkat, maka perolehan penghasilan investor akan meningkat dan kesejahteraannya turut meningkat pula (Ikhsanuddin & Sutrisno, 2022). Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tidak mengherankan apabila perusahaan dengan nilai tinggi menjadi incaran para investor. Kenaikan nilai saham turut mencerminkan peningkatan nilai perusahaan, yang terlihat dari seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang diberikan kepada investor. Selain itu, nilai perusahaan juga mencerminkan prospek kinerja perusahaan di masa depan. Harga saham yang tinggi biasanya mengindikasikan tingginya nilai perusahaan, yang kemudian menjadi daya tarik serta bahan pertimbangan penting bagi calon investor dalam menanamkan modalnya.

Rasio *Price to Book Value* (PBV) adalah salah satu ukuran yang umum digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah, yaitu perbandingan antara harga pasar saham per lembar dengan nilai buku perusahaan. Perusahaan yang memiliki

kinerja baik biasanya menunjukkan rasio PBV di atas satu, yang berarti nilai pasar sahamnya lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Sebaliknya, jika rasio PBV berada di bawah satu, hal ini mengindikasikan bahwa harga saham perusahaan lebih rendah dari nilai bukunya. Kondisi tersebut mencerminkan rendahnya minat investor terhadap saham perusahaan, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai saham di pasar. Oleh karena itu, nilai perusahaan ini sangat penting karena menjadi identifikasi penting untuk para investor dalam menilai keseluruhan suatu perusahaan (Ikhsanuddin & Sutrisno, 2022).

Terdapat sejumlah dinamika yang terjadi di pasar saham Indonesia seperti mengalami sejumlah fenomena nyata yang mencerminkan perlambatan aktivitas bisnis dan tantangan struktural. Salah satu indikator penting yaitu *Purchasing Managers' Index (PMI) manufaktur* yang sempat turun di bawah angka 50. Data *Purchasing Managers' Index (PMI) global* yang menunjukkan kontraksi, dengan angka di bawah 50, mengindikasikan perlambatan aktivitas manufaktur secara global seperti pada April 2025 saat PMI mencapai 46,7, menandakan kontraksi aktivitas manufaktur nasional dan penurunan pesanan baru serta produksi di industri manufaktur. Penurunan ini sebagian disebabkan oleh dampak tarif global serta banjir produk impor yang masuk ke pasar domestik, sehingga mengurangi kepercayaan pelaku industri terhadap prospek bisnis mereka. Selain itu, tekanan permintaan pasar dan biaya produksi yang meningkat telah memicu pemutusan hubungan kerja (PHK) di beberapa subsektor manufaktur, terutama tekstil, yang mencerminkan tantangan nyata dalam menjaga stabilitas tenaga kerja dan kinerja perusahaan. Beberapa emiten manufaktur mengalami penurunan harga saham

yang signifikan. Misalnya, saham PT Astra International Tbk (ASII) yang pada tahun 2023, saham ASII mengalami tekanan yang cukup signifikan, dengan penurunan sebesar 2,63% secara *Year-to-Date* (YTD) hingga akhir Desember 2023, yang tercermin dari penurunan harga saham ke kisaran Rp5.550 per lembar. Tren penurunan ini berlanjut pada tahun 2024, di mana hingga pertengahan Mei 2024, saham ASII kembali melemah sebesar 20,18% YTD, bahkan sempat menyentuh level terendah empat tahun di kisaran Rp4.500-an. Penurunan ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan investor karena mencerminkan berkurangnya optimisme terhadap prospek kinerja keuangan perusahaan.

Beberapa perusahaan manufaktur lain yang mengalami hal serupa yaitu saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), yang mengalami penurunan harga saham. Pada kuartal IV 2023, penjualan domestik UNVR turun sebesar 15%, dan laba bersih turun 10,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini berdampak pada harga saham UNVR yang menurun sekitar 38,99% hingga akhir 2024. Selain itu PT Mayora Indah Tbk (MYOR) juga merasakan penurunan harga saham, pada tahun 2023 harga saham MYOR tercatat turun sekitar 6,72% dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun perusahaan berhasil mencatatkan kenaikan penjualan bersih sebesar 14,57% menjadi Rp36,07 triliun pada 2024. Namun, laba bersih MYOR mengalami penurunan sebesar 6,05% menjadi Rp3 triliun pada tahun 2024. Faktor-faktor tersebut mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh sektor manufaktur di Indonesia, yang turut memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Penurunan harga saham perusahaan-perusahaan ini memberikan gambaran tentang bagaimana faktor eksternal dan internal, seperti persaingan

pasar, fluktuasi biaya bahan baku, dan kondisi makroekonomi, dapat memengaruhi kinerja keuangan dan harga saham perusahaan manufaktur besar. Fenomena ini juga menjadi cerminan bahwa nilai perusahaan di sektor manufaktur sangat sensitif terhadap perubahan kondisi pasar dan ekspektasi investor, sehingga penting untuk dilakukan analisis lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang dapat memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai sebuah emiten.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR merupakan wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap aspek ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, sosial, dan produk, yang diukur berdasarkan indikator dari *Global Reporting Initiative* (Hardianti et al., 2020). Saat ini tantangan yang dihadapi perusahaan tidak hanya terbatas pada bagaimana cara perusahaan dapat menghasilkan laba setinggi-tingginya, isu-isu sosial dan lingkungan juga menjadi tantangan signifikan yang harus dihadapi perusahaan demi keberlangsungan operasionalnya. Perusahaan-perusahaan harus memastikan bahwa operasionalnya berjalan sesuai dengan peraturan dan norma yang berlaku di masyarakat maupun lingkungan sekitar lokasi perusahaan, serta memastikan bahwa seluruh aktivitas operasionalnya dapat diterima secara legal dan sosial (Afifah et al., 2021). Di Indonesia, pelaporan kegiatan CSR telah mendapatkan perhatian khusus, terutama sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perusahaan tertentu untuk melaksanakan dan melaporkan kegiatan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, CSR tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi

juga sebagai strategi perusahaan dalam mencapai keberlanjutan (*sustainability*) dan membangun keunggulan kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin kompleks. Namun demikian, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan masih menjadi perdebatan dalam kajian empiris. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR berkontribusi positif dalam meningkatkan nilai perusahaan, karena dapat membangun reputasi dan kepercayaan investor. Sebaliknya, sejumlah penelitian lain menemukan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Inkonsistensi temuan ini mengindikasikan adanya gap penelitian yang perlu dianalisis lebih lanjut, terutama dalam konteks perusahaan manufaktur di Indonesia.

Selain *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *leverage* dan kebijakan dividen juga mampu meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* merupakan kebijakan perusahaan dalam memanfaatkan dana yang berasal dari pihak eksternal, seperti utang, untuk membiayai aktivitas operasional maupun investasi perusahaan (Ikhsanuddin & Sutrisno, 2022). Penggunaan utang dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan apabila dikelola dalam batas yang wajar, dan jika penggunaan utang melebihi kapasitas optimal, maka potensi manfaatnya akan menurun dan justru menimbulkan beban biaya yang lebih besar bagi perusahaan (Valentino & Setiawan, 2024). Penggunaan *leverage* yang tepat dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena dana tambahan dari utang memungkinkan perusahaan untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan laba. Namun demikian, penggunaan utang yang berlebihan dapat menimbulkan risiko keuangan, seperti meningkatnya beban bunga dan risiko gagal bayar, yang

pada akhirnya dapat menurunkan kepercayaan investor dan mengurangi nilai perusahaan di pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan secara hati-hati kebijakan *leverage* yang diterapkan agar dapat mencapai struktur modal yang optimal dan mampu memaksimalkan nilai perusahaan. Meskipun demikian, belum terdapat kesimpulan yang konsisten mengenai sejauh mana *leverage* mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian lebih lanjut untuk memahami pengaruh *leverage* dalam konteks kondisi dan strategi perusahaan yang berbeda-beda, khususnya pada sektor manufaktur di Indonesia.

Faktor lain yang mampu meningkatkan nilai perusahaan adalah kebijakan dividen. Kebijakan dividen merupakan keputusan perusahaan terkait distribusi laba, yaitu apakah laba tersebut akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen, atau akan ditahan untuk keperluan investasi dan pengembangan usaha, yang proporsinya disesuaikan dengan jumlah saham yang dimiliki (Wibowo, 2021). Dividen sering dianggap sebagai sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang stabil dan mampu menghasilkan laba secara berkelanjutan. Semakin besar dividen yang dibayarkan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula daya tarik perusahaan di mata investor. Hal ini disebabkan karena dividen merupakan bentuk realisasi dari hak pemegang saham atas bagian keuntungan yang diperoleh perusahaan, sehingga kebijakan dividen yang menguntungkan dapat meningkatkan kepercayaan dan minat investor untuk menanamkan modalnya (Wibowo, 2021). Oleh karena itu, semakin besar dividen yang dibagikan, maka semakin besar pula kemungkinan

investor menilai perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Meskipun demikian, tidak semua perusahaan yang menerapkan kebijakan dividen berhasil meningkatkan nilai perusahaannya secara signifikan. Hal ini tercermin dari hasil-hasil penelitian sebelumnya yang belum sepenuhnya konsisten, sehingga diperlukan pengkajian lebih lanjut untuk memahami bagaimana kebijakan dividen benar-benar berperan dalam membentuk nilai perusahaan.

Penelitian ini ditujukan untuk menguji apakah penerapan *corporate social responsibility*, *leverage* dan kebijakan dividen dapat meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2023-2024. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya *research gap* terkait variabel-variabel tersebut, di mana hasil penelitian sebelumnya menunjukkan ketidakkonsistenan. Beberapa penelitian yang menggunakan variabel CSR terhadap nilai perusahaan, seperti yang dilakukan oleh Hardianti et al., (2020) dan Sulbahri (2021), menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda ditunjukkan Valentino & Setiawan (2024) dan Indila & Yuliani (2024) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal serupa juga terlihat pada variabel *leverage*, di mana Hardianti et al., (2020) dan Firda & Efriadi (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun hasil tersebut berbeda dengan temuan Irawan et al., (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel kebijakan dividen juga menunjukkan hasil yang berbeda, di mana Ikhsanuddin & Sutrisno (2022)

menyatakan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun berbeda dengan hasil Budi & Maryono (2022) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh. Oleh karena itu, penelitian ini akan fokus pada variabel - variabel tersebut untuk melakukan pengujian lebih lanjut terhadap temuan-temuan empiris dengan melakukan pengujian ulang.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2023-2024”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *leverage*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, sehingga masih perlu dikaji lebih lanjut.
2. Rendahnya minat investor yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan menunjukkan perlunya kajian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.
3. Terdapat berbagai Perubahan kondisi pasar modal Indonesia berpotensi memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, sehingga perlu dianalisis peran faktor internal perusahaan seperti *Corporate Social Responsibility*, *leverage*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

4. Prospek kinerja keuangan perusahaan yang tidak stabil menimbulkan kekhawatiran bagi investor dan pemangku kepentingan, sehingga perlu dianalisis faktor-faktor penyebabnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan masalah diatas maka penelitian ini akan membatasi masalah yakni hanya untuk melihat apakah Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility*, *leverage*, dan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *kebijakan dividen* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *leverage*, dan *kebijakan dividen* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada berbagai pihak, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Bagi kalangan akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan menjadi referensi tambahan untuk pengembangan

studi lanjutan yang berkaitan dengan topik-topik serupa, baik sebagai lanjutan maupun pelengkap penelitian sebelumnya.

- b) Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *leverage* dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam menilai kinerja perusahaan melalui informasi mengenai penerapan CSR, tingkat *leverage*, dan kebijakan dividen, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.
- b) Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi manajemen dalam mengintegrasikan *Corporate Social Responsibility*, *leverage*, dan kebijakan dividen ke dalam strategi bisnis, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.