

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara dengan jumlah penduduk yang besar, konsumsi rumah tangga masih menjadi penopang perekonomian Indonesia dengan kontribusi lebih dari 50% terhadap PDB setiap tahunnya (BPS, 2020). Oleh karena itu, konsumsi rumah tangga dilihat sebagai sektor yang menjanjikan kesejahteraan bagi pengusaha. Pada tahun 2018-2020, laba perusahaan yang bergerak di sektor *consumer goods* di Bursa Efek Indonesia mengalami pertumbuhan yang fluktuatif seperti dapat dilihat pada grafik di bawah:

Grafik 1.1

Laba Bersih Perusahaan Sektor Consumer Goods BEI Tahun 2018-2020

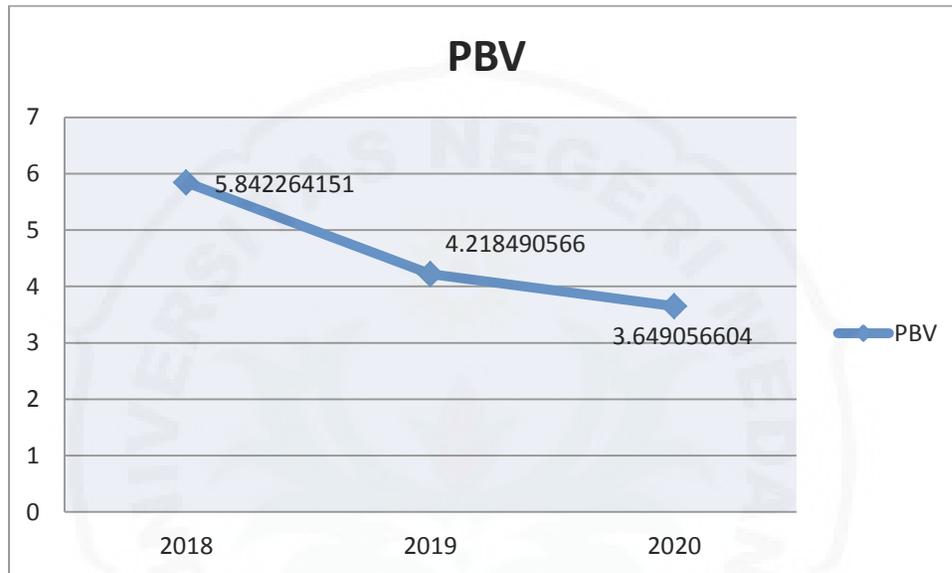


Sumber: data diolah dari data BEI

Dari grafik di atas, dapat dilihat pergerakan laba bersih pada perusahaan sektor *consumer goods* di Bursa Efek Indonesia. Pada tahun 2018, rata-rata laba bersih perusahaan adalah USD 1.021,6 miliar, lalu meningkat pada tahun 2019 menjadi USD 1.118,3 miliar. Pada tahun ketiga laba bersih turun cukup dalam menjadi USD 919,9 miliar. Mengacu pada data di atas, dapat disimpulkan bahwa laba bersih perusahaan tidak stabil.

Laba perusahaan memiliki dampak yang positif maupun negatif bagi nilai perusahaan. Peningkatan laba membuat kepercayaan investor ikut memuncak. Alhasil hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan dan berlaku pula sebaliknya (Akhmadi & Januarsi, 2021). Menurut Darminto (2010) Nilai perusahaan menunjukkan nilai dari berbagai aset yang dimiliki suatu perusahaan, termasuk surat berharga yang diterbitkannya, dan bagi perusahaan publik, nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Namun, tidak sejalan dengan pembahasan di atas, nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak awal 2018 sampai akhir 2020 diketahui terus mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari grafik nilai perusahaan yang dalam hal ini diukur dengan *Price to Book Value (PBV)* pada indeks *consumer goods* yang mengalami penurunan seperti terlihat pada grafik berikut:

Grafik 1.2

Grafik Nilai Perusahaan *Consumer Goods* di BEI 2018-2020

Sumber : data diolah dari *software* IPOT

Dari grafik di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata PBV perusahaan sektor *consumer good* bergerak menurun dengan stabil. Pada 2018, rata-rata PBV adalah 5,84 kali, lalu turun menjadi 4,22 kali pada tahun 2019 yang dilanjutkan dengan penurunan lagi pada tahun 2020 menjadi 3,65 kali. Hal ini tidak sejalan dengan laba perusahaan yang bahkan sempat mengalami peningkatan pada tahun 2019. Fenomena tersebut tentu saja menimbulkan pertanyaan mengapa nilai perusahaan terus turun walaupun laba perusahaan sempat menunjukkan penguatan.

Ada berbagai hal yang diketahui dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal-hal tersebut biasanya terkait dengan sinyal baik maupun sinyal buruk yang diberikan oleh pihak dari luar maupun pihak dari dalam perusahaan yang menyangkut kinerja perusahaan terkait. Salah satunya adalah terkait lingkungan. Seperti yang dikutip dari greenpeace.org (2019) Produsen barang konsumsi adalah kekuatan dominan di balik model ekonomi sekali pakai yang menyebabkan krisis sampah plastik. Hal tersebut disinyalir menjadi sebagian dari beberapa sinyal buruk yang mempengaruhi penurunan nilai perusahaan sektor *consumer goods*, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2019) yang berkesimpulan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Jadi dengan fenomena penurunan nilai perusahaan tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk memastikan apakah ada pengaruh kinerja lingkungan perusahaan yang ikut menjadi penyebab penurunan nilai perusahaan tersebut.

Selain kinerja lingkungan, ukuran perusahaanpun disinyalir dapat mempengaruhi nilai perusahaan menurut beberapa penelitian terdahulu. Salah satunya adalah penelitian yang telah digarap oleh Meiyana & Aisyah (2019) yang berkesimpulan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Hal tersebut terjadi karena semakin besar ukuran perusahaan, maka akan sejalan dengan meningkatnya kepercayaan pihak pemberi modal terhadap perusahaan tersebut. Mengacu pada beberapa pertimbangan di

atas, maka penelitian ini akan memfokuskan pada nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan yang bergerak di bidang *consumer goods* di Bursa Efek Indonesia.

Lober (dalam Gallego-álvarez, 2014) mendefinisikan kinerja lingkungan sebagai komitmen organisasi untuk melestarikan dan melindungi lingkungan alam dengan karakteristik multidimensi seperti menjaga air, udara, tanah dan kualitas lainnya. Berdasarkan data yang telah dihimpun dari PROPER, kebanyakan perusahaan yang mengikuti penilaian PROPER mendapatkan peringkat biru yang artinya perusahaan melakukan pengelolaan lingkungan dengan baik. Namun masih terdapat beberapa perusahaan dengan peringkat merah dan bahkan hitam yang artinya perusahaan tersebut abai dan belum melakukan pengelolaan lingkungan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masih ada saja perusahaan yang sama sekali tidak mpedulikan dampak kerusakan lingkungan yang mereka perbuat.

Di sisi lain, ukuran perusahaan didefinisikan sebagai cerminan ukuran perusahaan dalam kaitannya dengan peluang dan kemampuannya untuk memasuki pasar modal dan bentuk pembiayaan eksternal lainnya yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meminjam (Hidayat, 2019). Ukuran perusahaan terkait dengan nilai perusahaan karena investor cenderung lebih memilih perusahaan yang berukuran besar daripada yang lebih kecil terkait dengan anggapan bahwa modal yang ditempatkan akan lebih terjamin. Dari pra-penelitian yang telah dilakukan, hanya

terdapat 6 perusahaan *consumer goods* yang masuk sebagai perusahaan dengan *market capitalization* terbesar di Bursa Efek Indonesia, padahal sektor *consumer goods* adalah salah satu sektor terbesar di Bursa Efek Indonesia. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa hanya sedikit perusahaan yang termasuk perusahaan besar di sektor *consumer goods*, padahal investor lebih cenderung untuk berinvestasi ke perusahaan dengan ukuran lebih besar.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka diambil judul penelitian **“PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Nilai perusahaan sektor *consumer goods* terus menurun selama 2018-2020 sedangkan laba perusahaan bergerak fluktuatif.
2. Masih terdapat perusahaan-perusahaan yang tidak memperhatikan lingkungannya.
3. Hanya sedikit perusahaan sektor *consumer goods* dengan ukuran perusahaan yang besar, sedangkan investor cenderung untuk memilih perusahaan yang lebih besar.

1.3 Pembatasan Masalah

Dikarenakan keterbatasan waktu dan ruang gerak, maka penelitian ini memfokuskan permasalahan pada:

1. nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang terbatas pada kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods* di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018-2020.

1.4 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang didasarkan pada identifikasi masalah dan batasan masalah di atas yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kinerja lingkungan perusahaan dan nilai perusahaan di sektor *consumer goods* Bursa Efek Indonesia.
2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.
3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di sektor *consumer goods* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pembatasan masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh kinerja lingkungan perusahaan terhadap nilai perusahaan di sektor *consumer goods* Bursa Efek Indonesia.

2. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di sektor *consumer goods* Bursa Efek Indonesia.
3. Mengetahui pengaruh kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan di sektor *consumer goods* Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis:

Untuk memperluas wawasan dan pengetahuan penulis khususnya terkait hubungan kepedulian perusahaan pada lingkungannya serta ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain itu juga untuk membuktikan bahwa penulis sudah bisa melakukan penelitian secara mandiri.

2. Bagi perusahaan:

Sebagai acuan dan pertimbangan perusahaan sehingga kedepannya perusahaan dapat membuat keputusan yang tepat terkait dengan pengelolaan lingkungan perusahaan serta ukuran perusahaan.

3. Bagi Universitas Negeri Medan:

Untuk menambah literatur Universitas Negeri Medan terkait keuangan khususnya yang berhubungan dengan kepedulian lingkungan perusahaan dan ukuran perusahaan.

4. Bagi peneliti lain:

Sebagai referensi, informasi dan pembanding untuk penelitian sejenis yang akan dilakukan mendatang.



THE
Character Building
UNIVERSITY