

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

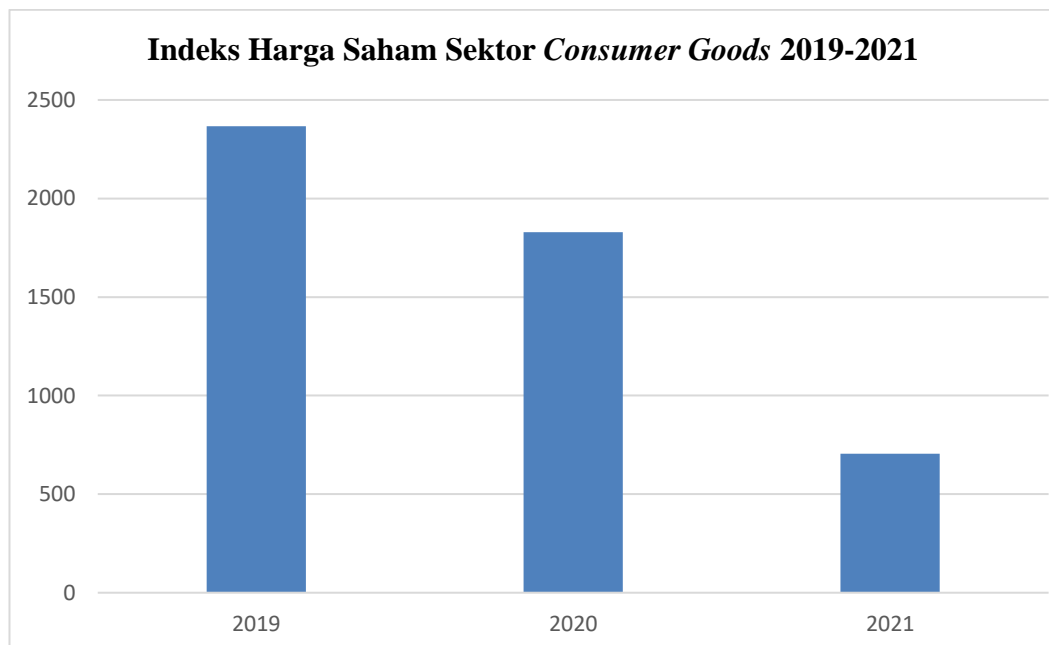
Yuniningsih dkk. (2019) menjelaskan bahwa setiap perusahaan di dunia dibentuk dengan tujuannya masing-masing. Secara garis besar tujuan dibentuknya suatu perusahaan terbagi menjadi dua yaitu tujuan jangka pendek dengan maksud menghasilkan keuntungan secara maksimal serta tujuan jangka panjangnya adalah nilai perusahaan yang terus meningkat. Nilai perusahaan suatu perusahaan akan terlihat dari harga pasar saham suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi, sehingga hal tersebut dapat memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham yang ditandai dengan pengembalian investasi yang tinggi pula. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang harusnya dicapai oleh suatu perusahaan. Karena penilaian investor terhadap suatu perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public* (Pristianingrum, 2017).

Consumer Goods akan menjadi objek yang diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan sampel pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Diketahui bahwasannya Bursa Efek Indonesia merupakan pasar modal terbesar di Indonesia. BEI mengelompokkan saham berdasarkan sektor dan jenis industri salah satunya adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi (*Consumer Goods*). Perusahaan *Consumer Goods* terdiri dari lima subsektor yaitu subsektor makanan dan minuman, subsektor rokok, subsektor farmasi, subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, subsektor peralatan rumah tangga dan subsektor lainnya. Perusahaan industri barang konsumsi (*Consumer Goods*) merupakan sektor yang memiliki keterkaitan tinggi dengan konsumen. Hal tersebut dikarenakan aktivitas dari sektor ini adalah memproduksi barang-barang kebutuhan konsumen sehingga sektor industri barang konsumsi sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dan

keberlangsungan hidup konsumen atau masyarakat. Oleh karena itu, *Consumer Goods* menjadi sektor yang akan terus menerus berkembang sehingga dapat menarik perhatian investor.

Perkembangan perusahaan *Consumer Goods* di Indonesia diprediksikan akan semakin membaik pada tahun 2023. Dilansir dari kompas.com, perusahaan sektor *Consumer Goods* telah disebutkan menjadi sektor urutan pertama yang diprediksi akan tetap bertahan di masa resesi tahun 2023 diikuti oleh sektor kesehatan dan ekspedisi pengiriman setelahnya. Selain itu, investor.id juga menjelaskan bahwa saham *consumer goods* akan menjadi sektor dengan minat tertinggi dalam trading tahun 2023. Peneliti memperkirakan banyaknya investor yang mulai tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan *consumer goods* dapat menyebabkan meningkatnya nilai saham perusahaan *consumer goods* pada tahun 2023 nanti.

Berikut ini pergerakan indeks harga saham sektor *consumer goods* yang ada di Indonesia selama 3 tahun berturut-turut mulai dari tahun 2019 hingga 2021.



Gambar 1.1 Indeks Harga Saham *Consumer Goods* 2018-2021

Sumber: IDX, 2023 (data diolah)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa nilai harga saham sektor *consumer goods* cenderung mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2019-2021. Indeks harga saham tertinggi terjadi pada tahun 2019 dan kian menurun hingga indeks harga terendah terjadi pada tahun 2021 (BPS, 2023).

Perusahaan *Consumer Goods* juga memiliki kontribusi yang besar terhadap pencemaran lingkungan sebagai dampak dari limbah produksi, sehingga diharapkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi lebih luas. Dilansir dari KlikJatim.com, plastik barang FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) masih mendominasi sampah plastik di Gresik. Plastik kemasan sekali pakai dari barang-barang konsumsi hingga saat ini masih terus menumpuk di bak sampah rumah tangga. Bahkan plastik kemasan sekali pakai tersebut saat ini masih terus berlangsung dipakai masyarakat, karena isinya adalah kebutuhan sehari-hari. Berikut ini, data mengenai jumlah limbah yang dihasilkan oleh beberapa sektor perekonomian di Gresik.

Data Limbah Kota Gresik tahun 2019-2021

No.	Sektor	2019	2020	2021	Jumlah
1	<i>Consumer Goods</i>	4.659.788	138.014	1.974.874,49	6.772.677
2	Manufaktur	5.747,16	1.047,48	221,315	7.016
3	Industri dasar dan Kimia	961,923	725,745	946,697	2.634
4	Pertanian	1,255	1,026	0,18	2
5	Pertambangan	0	0	0	0
6	Properti	0	0	0	0
7	Infrastruktur	0	0	0	0
8	Keuangan	0	0	0	0
9	Perdagangan jasa dan Investasi	0	0	0	0

Tabel 1.1 Data Limbah Kota Gresik tahun 2019-2021

Sumber: dlh.gresikkab.go.id

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa sektor *consumer goods* menjadi penyumbang terbesar limbah yang ada di Gresik diikuti oleh sektor manufaktur, industri dasar dan kimia, serta pertanian setelahnya.

Menurut Efendi dkk. (2022) teori *stakeholder* mengungkapkan bahwa suatu perusahaan beroperasi bukan hanya demi kepentingannya sendiri namun wajib berguna bagi para pemangku kepentingan misalnya pemegang saham, pemberi pinjaman, pemasok, dan pihak lain. Sesuai dengan teori *stakeholder* dibutuhkan sinergi dan hubungan timbal balik yang kuat antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan interaksi antara perusahaan dan lingkungan, karena lingkungan memberikan kontribusi bagi kelangsungan perusahaan dan juga kesejahteraan sosial (Murnita & Putra, 2018).

Yanti & Darmayanti (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan akan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan bagi pemegang saham dan terpenuhinya kesejahteraan para pemegang saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting dikarenakan nilai perusahaan sangat mencerminkan kinerja suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi persektif investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan, manajemen akan selalu berusaha untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham dan perusahaan akan lebih memiliki kemudahan mendapatkan suntikan dana.

Pridya dkk. (2021) menjelaskan bahwa likuiditas adalah sebuah proses pengendalian dari alat-alat likuiditas yang mudah ditunaikan untuk memenuhi kewajiban bank yang harus segera dipenuhi. Likuiditas perusahaan akan dikatakan sehat apabila laporan keuangan perusahaan menunjukkan bahwa ketersediaan kas perusahaan lebih tinggi dari *leverage* yang dimiliki. Investor cenderung memperhatikan likuiditas suatu perusahaan sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya karena likuiditas menjadi salah satu faktor utama dalam mempertimbangkan risiko investasi (Hery, 2019). Adapun beberapa hasil penelitian mengenai pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Iman dkk. (2021) dan Uli dkk (2020) menunjukkan bahwa variabel likuiditas

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Iman dkk (2021) menjelaskan bahwa kemampuan kas yang tinggi pada perusahaan akan berdampak pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai likuiditas maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan dan semakin rendah likuiditas maka nilai perusahaan rendah. Hal ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputri & Giovanni (2021) dan Permana & Rahyuda (2019) dimana mereka menyimpulkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Saputri & Giovanni (2021) menjelaskan bahwa keputusan perusahaan untuk membayar kewajiban yang tinggi (tingkat likuiditas yang terlalu tinggi) akan mempengaruhi tingkat pengembalian kepada pemegang saham. Hal itu disebabkan karena likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat menghambat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dikarenakan banyaknya kas yang menganggur sehingga menurunkan produktivitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba yang kecil akan mencerminkan tingkat pengembalian yang kecil pula sehingga akan membuat para investor mempertimbangkan kembali keputusannya dalam melakukan investasi yang pada akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menggunakan modal kerja untuk menghasilkan laba, sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam mengembalikan hutangnya baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang serta pembayaran dividen kepada investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Harun & Jeandry, 2018). Beberapa penelitian telah membahas mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Iman dkk (2021) dan Jihadi dkk (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Iman dkk (2021) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang dapat mewakili kinerja keuangan perusahaan, dimana meningkatnya profitabilitas perusahaan akan meningkatkan return yang akan didapatkan oleh investor. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan maka semakin besar

tingkat pembayaran dividen yang dibagikan kepada pemegang saham sehingga dapat memicu kenaikan permintaan saham. Akan tetapi, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marisa dkk (2022) dan Wijaya (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Rizki dkk. (2018) menjelaskan bahwa fluktuasi laba dapat menyebabkan investor tidak memiliki kepastian terkait keuntungan yang akan diperoleh di masa depan, sehingga dapat menjadi salah satu sebab tidak signifikannya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Maharani & Pertiwi (2022) mendefinisikan CSR sebagai rasa tanggung jawab sosial perusahaan dengan lingkungan sekitar melalui kegiatan sosial agar mampu mendatangkan manfaat yang dapat dirasakan bagi perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitar dan apabila kegiatan tersebut dilaksanakan secara terus-menerus maka akan menjadi bentuk pembangunan ekonomi berkelanjutan. Di antara beberapa penelitian yang telah dilakukan dalam rangka mengukur kemampuan CSR sebagai variabel moderasi antara likuiditas dengan nilai perusahaan terdapat hasil yang masih tidak konsisten, seperti penelitian yang dilakukan oleh Imanu (2020) dan Rahma & Munfaqiroh (2021) menghasilkan kesimpulan bahwa CSR memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan antara likuiditas dengan nilai perusahaan. Sesuai dengan pendapat dari Penman (2013) yang menjelaskan bahwa ketika rasio likuiditas meningkat maka perputaran kegiatan operasional menurun. Begitu pula dengan akun kas dan setara kas, ketika kas semakin besar, investasi pada modal kerja operasional berkurang, dan berdampak pada penurunan aktivitas operasional. Hal ini berdampak pada profitabilitas yang buruk dan selanjutnya akan menurunkan nilai perusahaan. Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Nuswandari dkk (2018) dan Mariani dkk (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dapat memoderasi hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Mariani dkk. (2016) menjelaskan bahwa hal ini dapat disebabkan karena investor lebih fokus pada likuiditas perusahaan. Pengungkapan CSR dimaksudkan untuk investasi jangka panjang, namun investor Indonesia cenderung *daily trader* di mana mereka

lebih tertarik pada *capital gain* harian atas penjualan saham sehingga dampak kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan tidak menjadi fokus para investor.

Selain itu, penelitian mengenai kemampuan CSR dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan juga memiliki hasil yang bervariasi. Rahma & Munfaqiroh (2021) dan Nuswandari dkk. (2018) menghasilkan penelitian bahwa CSR dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Rahma & Munfaqiroh (2021) menjelaskan bahwa peningkatan profitabilitas perusahaan kemungkinan juga dipengaruhi oleh program-program CSR. Jika dikelola dengan baik, program CSR ini dapat menghasilkan manfaat yang signifikan dalam bentuk reputasi perusahaan sehingga memiliki pengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Imanu (2020) dan Rachman & Priyadi (2022) menjelaskan bahwa CSR tidak dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Rachman & Priyadi (2022) menjelaskan bahwa hal tersebut dikarenakan investor hanya menilai tingkat keuntungan perusahaan. Investor menganggap kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mengurangi keuntungan dikarenakan akan ada biaya yang dikeluarkan akibat kegiatan tersebut, sehingga berakibat pada turunnya nilai perusahaan.

Oleh karena itu, dengan adanya fenomena di atas maka penulis termotivasi untuk meneliti nilai perusahaan yang ada di sektor *consumer goods*, mengingat bahwa nilai perusahaan suatu perusahaan merupakan salah satu hal yang mendasari para investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi dengan tujuan untuk memperoleh laba aktivitas entitas tersebut. Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021**”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah likuiditas dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2021.
2. Apakah profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2021.
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2021.
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2021.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris atas hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2021.
3. Untuk mengetahui kemampuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2021.
4. Untuk mengetahui kemampuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan untuk mengetahui bagaimana pengaruh likuiditas, profitabilitas, serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, juga sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang keuangan dan ekonomi serta nilai perusahaan sesuai dengan teori yang diperoleh, juga dapat bermanfaat untuk akademis, khususnya lingkungan perguruan tinggi, serta dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk penelitian berikutnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan serta masukan mengenai pentingnya likuiditas, profitabilitas, serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Annual Reporting*. Selain itu, penulis juga berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan perusahaan untuk mengevaluasi, meningkatkan kinerja manajemen, serta pembuatan kebijakan

perusahaan untuk lebih meningkatkan kepedulian pada lingkungan sosial dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dalam mempertimbangkan berbagai macam aspek yang perlu diperhitungkan dalam berinvestasi.