

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era digital saat ini, perkembangan dunia usaha menjadi semakin pesat. Hal ini dapat ditandai dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, kemajuan teknologi dan pesatnya arus informasi yang dapat diakses oleh siapapun. Pasar modal menjadi instrument penting dalam dunia usaha, terutama bagi suatu perusahaan. Secara langsung maupun tidak langsung pasar modal akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Menurut Tandelilin dalam Wardani (2020) mengemukakan bahwa pasar modal merupakan tempat pertemuan anatara berbagai pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan cara melakukan jual beli efek atau instrument keuangan jangka panjang seperti obligasi, reksadana, saham, maupun instrument keuangan lainnya.

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1995 yang kemudian disebut sebagai Undang-Undang Pasar Modal (UUPM) mengatur segala sesuatu tentang pasar modal. Hal-hal yang berkaitan dengan pasar modal Indonesia harus mengacu kepada UUPM tersebut. Dalam UUPM pasal 1 ayat 13 disebutkan bahwa pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek (Indonesia, 2016). Pasar modal juga sering diasosiasikan dengan bursa efek, karena merupakan pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sarana untuk mempertemukan penawaran perdagangan

efek, karena merupakan pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sarana untuk mempertemukan penawaran perdagangan efek kepada pihak-pihak lain. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Pasar Modal pasal 1 ayat 4. Di Indonesia terdapat lembaga di bidang pasar modal yang memberikan informasi lengkap mengenai perkembangan bursa kepada publik. Lembaga ini disebut Bursa Efek Indonesia (BEI). Informasi yang disediakan oleh BEI berupa data pergerakan saham yang dipublikasikan melalui media cetak dan elektronik. Informasi ini dapat menjadi acuan bagi para investor untuk berinvestasi melalui pasar modal dengan pembelian saham di perusahaan-perusahaan yang telah *listing* di Bursa Efek Indonesia.

Tujuan didirikannya sebuah perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba sebesar-besarnya (Febyani & Devie, 2017). Tujuan penting dalam pendirian perusahaan yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham, atau memaksimalkan kekayaan bagi pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan beroperasi dan mencapai laba yang ditargetkan (Amanah, 2014).

Nilai perusahaan yang tinggi dapat menggambarkan kesejahteraan pemiliknya dan menjadi cerminan atas baik buruknya kinerja perusahaan. Menurut Wahyudi dalam penelitian Lubis et al., (2017) nilai perusahaan dapat ditinjau dari harga pasar sahamnya. Bagi perusahaan yang menerbitkan sahamnya di pasar modal, harga saham

yang diperjualbelikan dapat menjadi indikator nilai perusahaan. Hal ini dapat menjadi kriteria bagi investor untuk menilai suatu perusahaan.

Untuk menginvestasikan dananya, investor akan mencari perusahaan-perusahaan yang menjanjikan bagi mereka. Perusahaan yang menjanjikan adalah perusahaan yang *sustainable* yaitu perusahaan yang dapat berjalan secara berkelanjutan dengan proses operasional yang dapat memenuhi kebutuhan manusia secara massal, salah satunya ialah perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan industri pengolahan yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Perusahaan manufaktur identik dengan pabrik yang mengaplikasikan mesin-mesin, peralatan, teknik rekayasa dan tenaga kerja (www.sahamok.net). Namun, beberapa tahun belakangan terdapat fenomena bahwa industri manufaktur memiliki harga saham yang fluktuatif hingga melebihi Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG).

Tabel 1.1 Perbandingan Indeks Harga Saham Gabungan dengan Indeks Industri Manufaktur Tahun 2015

Indices	Greatest Gain (%)			Greatest Lost (%)		
	One Day	One Week	One Month	One Day	One Week	One Month
IHSG	-12.30	9.07	1.85	-20.48	-4.25	-9.28
	Oct 12	Oct 09	Dec 30	Dec 14	Oct 30	Oct 30
Manufacturing	-12.02	10.62	2.42	-22.26	-5.52	-9.37
	Oct 12	Oct 09	Dec 30	Oct 02	Oct 30	Oct 30

Sumber: idx.co.id

Tabel 1.2 Perbandingan Indeks Harga Saham Gabungan dengan Indeks Industri Manufaktur Tahun 2016

Indices	Greatest Gain (%)			Greatest Lost (%)		
	One Day	One Week	One Month	One Day	One Week	One Month
IHSG	9.30	5.35	11.84	-17.86	-3.90	-1.66
	Aug 22	Dec 30	Sep 30	Jan 21	Dec 23	Dec 30
Manufacturing	13.73	6.65	15.50	-18.26	-5.75	-3.16
	Sep 28	Jan 29	Feb 29	Jan 21	Dec 23	Dec 30

Sumber: idx.co.id

Tabel 1.3 Perbandingan Indeks Harga Saham Gabungan dengan Indeks Industri Manufaktur Tahun 2017

Indices	Greatest Gain (%)			Greatest Lost (%)		
	One Day	One Week	One Month	One Day	One Week	One Month
IHSG	1.23	1.63	8.38	-1.80	-1.27	-1.90
	Oct 25	Nov 22	Dec 29	Nov 30	Nov 15	Nov 30
Manufacturing	1.69	1.58	12.80	-3.01	-1.34	-2.48
	Nov 16	Oct 25	Dec 29	Nov 30	Oct 11	Sept 29

Sumber: idx.co.id

Tabel 1.4 Perbandingan Indeks Harga Saham Gabungan dengan Indeks Industri Manufaktur Tahun 2018

Indices	Greatest Gain (%)			Greatest Lost (%)		
	One Day	One Week	One Month	One Day	One Week	One Month
IHSG	1.93	2.50	4.43	-2.20	-2.91	-2.54
	Nov 29	Oct 25	Nov 30	Oct 11	Oct 04	Oct 31
Manufacturing	2.43	3.09	8.18	-3.13	-4.94	2.31
	Dec 19	Nov 29	Dec 28	Nov 09	Oct 04	Oct 31

Sumber: idx.co.id

Tabel 1.5 Perbandingan Indeks Harga Saham Gabungan dengan Indeks Industri Manufaktur Tahun 2019

Indices	Greatest Gain (%)			Greatest Lost (%)		
	One Day	One Week	One Month	One Day	One Week	One Month
IHSG	1.97	2.91	4.79	-1.38	-4.68	-3.48
	Dec 02	Dec 06	Dec 30	Oct 25	Oct 04	Nov 29
Manufacturing	2.18	3.56	3.74	-1.82	-5.56	-3.31
	Oct 11	Dec 06	Dec 30	Oct 25	Oct 04	Oct 31

Sumber: idx.co.id

Berdasarkan tabel-tabel tersebut menunjukkan hampir setiap kenaikan dan penurunan tertinggi dari perusahaan manufaktur selalu melebihi IHSG, ini berarti nilai dari saham manufaktur memiliki pergerakan yang menonjol dibandingkan dengan rata-rata saham yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Harga-harga saham ini menjadi cerminan atas performa perusahaan dan menjadi indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu: likuiditas, profitabilitas, leverage hingga pengungkapan *corporate social responsibility*. Beberapa faktor tersebut memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan yang tidak konsisten.

Likuiditas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi. Menurut Gultom (2013) dalam penelitian Lumoly et al (2018) menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi mengindikasikan kesempatan bertumbuh perusahaan cenderung tinggi. Semakin likuid perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan investor dalam menginvestasikan dananya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan rasio likuiditas dengan proksi *Current Ratio (CR)*, yang dihitung dari perbandingan antara aset lancar dibagi hutang lancar.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Faktor ini memiliki peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan. Apabila perusahaan mampu menghasilkan tingkat laba yang tinggi artinya perusahaan telah bekerja

secara efisien dan efektif dalam mengelola aset perusahaan untuk memperoleh laba setiap periodenya (Suwardika & Mustanda, 2017). Profitabilitas perusahaan dapat dilihat melalui rasio *Return on Equity (ROE)*, rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang diperoleh pemilik perusahaan atau pemegang saham atas investasinya di perusahaan tersebut. ROE dihitung dari perbandingan laba bersih dengan ekuitas saham biasa. Semakin tinggi ROE maka semakin tinggi pula return yang diperoleh para investor (Jariah, 2016).

Leverage merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban finansialnya yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjang. Dalam penelitian ini, *leverage* diwakili oleh *debt to equity ratio (DER)*. Rasio ini mengukur persentase dari dana yang diberikan oleh para kreditur. DER mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Menurut Riyanto (2008) dalam penelitian Utama & Lisa (2018) menyatakan bahwa penggunaan utang yang terlalu besar melebihi aktiva akan berdampak pada penurunan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, namun apabila utang dapat dikelola dengan baik dan digunakan untuk keperluan investasi yang produktif, hal tersebut dapat memberikan pengaruh positif yang berdampak pada peningkatan profitabilitas. Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa semakin besar struktur modal yang berasal dari utang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada. Semakin kecil rasio DER menunjukkan bahwa perusahaan masih mampu memenuhi kewajibannya kepada kreditur.

Ketika suatu perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya melalui rasio-rasio keuangan, maka perusahaan akan melakukan peningkatan melalui penjualan atau produksinya. Hal ini akan menyebabkan tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan juga semakin tinggi. Selain pihak yang berkaitan langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan juga merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para investor dan kreditor saja tetapi juga kepada semua pihak termasuk pelanggan, pegawai, komunitas, *supplier*, pemerintah, bahkan juga kompetitor. *Corporate Social Responsibility* adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangannya saja tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat terus berjalan baik (Bawafi & Prasetyo, 2015). Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat memberi nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri di mata investor, karena perusahaan yang melakukan kegiatan CSR mencerminkan bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan, sehingga para investor akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibandingkan dengan yang tidak mengungkapkan. Oleh karena itu ketika para investor tidak merespon positif atas kinerja keuangan perusahaan, pengungkapan CSR dianggap mampu memberikan nilai lebih di mata investor atas keberlanjutan dari

perusahaan tersebut. Penelitian Hardian & Asyik (2016) juga mengemukakan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR dapat digunakan oleh perusahaan sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Dengan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik, perusahaan akan memperoleh respon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2015-2019. Hal ini dikarenakan selama beberapa tahun belakang, perusahaan manufaktur memiliki harga saham yang fluktuatif yang sangat mempengaruhi nilai perusahaan di mata investor. Perusahaan manufaktur juga berdekatan dengan tempat tinggal masyarakat yang memiliki kecenderungan untuk menimbulkan suatu dampak besar kepada masyarakat sekitarnya, hal ini akan menunjukkan bagaimanakah pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur. Penelitian ini juga ingin melihat bagaimana hubungan rasio keuangan dengan nilai perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak. Nilai perusahaan menjadi konsep yang penting bagi investor karena dinilai merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Naik turunnya likuiditas, profitabilitas, *leverage*, hingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibahas.

Adanya perbedaan (*gap*) antara ekspektasi terhadap nilai perusahaan dengan fenomena yang dialami beberapa perusahaan memberikan motivasi bagi peneliti untuk meneliti mengenai nilai perusahaan manufaktur. Walaupun penelitian tentang nilai perusahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, tapi masih terdapat perbedaan hasil yang ditemukan, sehingga dirasa perlu untuk dilakukan penelitian kembali guna menambah ilmu pengetahuan dan menguatkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Atas dasar latar belakang tersebut, penulis akan menguji variabel likuiditas, profitabilitas, *leverage*, dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan judul **“Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan penentuan rumusan masalah di atas dalam penelitian ini, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa pengaruh likuiditas secara langsung terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisa pengaruh profitabilitas secara langsung terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisa pengaruh leverage secara langsung terhadap nilai perusahaan.

4. Untuk menganalisa pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisa pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk menganalisa pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para peneliti khususnya dalam bidang akuntansi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teori berupa bukti empiris mengenai pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, wawasan dan referensi di lingkungan akademis serta bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam menganalisis suatu laporan keuangan perusahaan yang akan melakukan penanaman modal didalamnya agar tidak salah dalam pengambilan keputusan berdasarkan nilai perusahaan yang dimiliki.