

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi pada dunia usaha tengah bersaing begitu ketat, perusahaan-perusahaan baru banyak bermunculan dan berlomba untuk meningkatkan daya saing di berbagai sektor. Semakin ketatnya persaingan perusahaan harus lebih efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan operasional untuk keberlangsungan hidup perusahaan. *Initial Public Offering (IPO)* adalah proses bagi perusahaan untuk menjadi perusahaan publik. Perusahaan publik adalah perusahaan yang menjual sebagian sahamnya kepada masyarakat, untuk dapat dimiliki oleh masyarakat (Nurhidayani & Taufiqurahman, 2020). *Go public* sering didengar seiring semakin maraknya instrumen pasar modal, khususnya saham yang merupakan salah satu alternatif investasi. Investasi pada pasar modal adalah investasi yang bersifat jangka pendek. Ini dilihat pada *return* (pengembalian) yang diukur dengan *capital gain*. Bagi para spekulator yang menyukai *capital gain*, maka pasar modal bisa menjadi tempat yang menarik, sebab investor bisa membeli pada saat harga turun, dan menjual kembali pada saat harga naik. Selisih yang dilihat secara abnormal *return* itulah yang akan dihitung keuntungannya.

Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Wahyuni, 2016). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik dua perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik.

Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Perusahaan yang telah *go public* bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan.

Adapun permasalahan yang berkaitan dengan nilai perusahaan salah satunya yang terjadi berdasarkan bisnis.com pada tahun 2020, Setahun Corona di Indonesia, Pasang Surut IHSG dan Generasi Baru Investor Saham. Indeks harga saham gabungan (IHSG) berhasil rebound setelah menyentuh titik nadir pada 24 maret 2020. Pandemi virus corona dalam setahun terakhir tidak hanya membuat indeks pasang surut, tapi melahirkan generasi baru investor saham. Kinerja indeks harga saham gabungan (IHSG) dalam setahun terkakhir mengalami pasang surut. Pada 3 Januari 2020, IHSG masih bertengger di 6.323. indeks meninggalkan level 6.000 setelah ditutup di 5.940 pada 31 Januari 2021. Memasuki Maret 2020, indeks seolah terjun bebas dan menuju titik nadir pada 24 Maret 2020. Saat itu, IHSG ditutup di level 3.937 atau turun 26,55 persen sejak awal tahun.

Laju indeks harga saham gabungan anjlok dalam laju tercepet sejak krisis 1998 pada kuartal I/2020, sebelum pulih secara gradual mulai pertengahan kuartal III/2020. Pandemic menimbulkan kepanikan di lantai bursa. Investor berbondong-bondong melakukan aksi jual. Beberapa kali

Bursa Efek Indonesia menerapkan trading halt untuk menahan laju koreksi. Pada periode Maret-Agustus 2020, IHSG bergerak fluktuatif di zona merah dengan tren meningkat. Walaupun pergerakan IHSG kembali tertekan setelah Agustus 2020, indeks resmi keluar dari teritori negative pada pekan kedua November 2020. Sepanjang 2020, investor asing mencatat net sell atau jual bersih senilai Rp47 triliun. Namun, indeks komposit sepanjang 2020 hanya terkoreksi 5 persen. Aksi jual atau net sell tertinggi dicatatkan pada November 2020 senilai Rp.3,38 triliun, sebelum akhirnya investor asing masuk lagi pada Desember 2020 dengan beli bersih atau *net buy* senilai Rp.3,34 triliun. Direktur utama BEI Inarno Djajadi mengatakan sepanjang 2020 banyak pencapaian luar biasa di bursa. Perkembangan positif tersebut berlanjut di 2021 ini, tercermin dari transaksi bursa di awal tahun.

Nilai perusahaan itu sangat penting digunakan sebagai acuan oleh para investor untuk melihat seberapa besar nilai yang ada dalam perusahaan tersebut yang nantinya akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi. Nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa aspek yang salah satunya adalah harga pasar saham, karena harga pasar saham mencerminkan penilaian ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan (Itsnaini & Subardjo, 2017). Harga pasar saham yang tercermin dalam bursa efek dapat digunakan sebagai pengukuran kinerja perusahaan, semakin tinggi harga sahamnya semakin bagus kinerja perusahaan. (Apriati et al., 2018) menyatakan bahwa meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik juga meningkat, karena

dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik akan meningkat.

Nilai perusahaan ini dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pemantapan posisi di era persaingan, menikmati penjualan yang meningkat secara signifikan dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Perusahaan yang tumbuh cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, akan tetapi perusahaan harus ekstra hati-hati, Karena kesuksesan yang diperoleh menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap adanya isu *negative* (Suparman, 2018).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Jika perusahaan sensitif terhadap variasi ukuran perusahaan, perusahaan lebih besar menyukai prosedur (metode) yang dapat menunda pelaporan laba. Berdasarkan asumsi bahwa perusahaan besar sensitifitasnya lebih besar dan transfer kekayaan secara relatif lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil (Yulindar, 2017).

Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Rudangga & Sudiarta, 2016). Perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi, yang membuat mereka menjadi kurang rentan terhadap fluktuasi ekonomi. (Utomo & Christy, 2017) perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibanding perusahaan kecil. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. (Safitri, 2015) semakin besar total aset maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aset, maka semakin besar modal yang ditanam. Sementara semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menggunakan modal kerja secara efektif dan efisien untuk menghasilkan tingkat laba tertentu yang diharapkan. Bagi perusahaan pada umumnya masalah profitabilitas sangat penting

daripada laba, karena laba yang besar dapat memastikan bahwa perusahaan tersebut telah bekerja dengan efisien. Dengan demikian yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah tidak hanya bagaimana usaha untuk memperbesar laba, namun yang lebih penting adalah bagaimana meningkatkan profitabilitas (Wowor et al., 2021).

Profitabilitas dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menggunakan modal kerja secara efektif dan efisien untuk menghasilkan tingkat laba tertentu yang diharapkan. Bagi perusahaan pada umumnya masalah profitabilitas sangat penting daripada laba, karena laba yang besar dapat memastikan bahwa perusahaan tersebut telah bekerja dengan efisien. Akan tetapi, profitabilitas juga bisa menurunkan nilai perusahaan, hal ini dapat terjadi karena di dalam meningkatkan profitabilitas, perusahaan akan meningkatkan kegiatan operasionalnya sehingga biaya yang ditimbulkan dari kegiatan ini juga akan meningkat.

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham

perusahaan akan meningkat, nilai perusahaan yang tinggi dapat menyebabkan tingkat kepercayaan investor pada perusahaan juga semakin tinggi dan nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan (Santoso & Susilowati, 2020)

Peneliti ini memasukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel memoderasi yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya (Hasanah, 2020). Peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketentuan dari pasal ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pertumbuhan laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

4. Apakah CSR memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah CSR memoderasi pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah CSR memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menguji pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan
4. Untuk menguji CSR menentukan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
5. Untuk menguji CSR menentukan pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan
6. Untuk menguji CSR menentukan pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya

1.4.1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat membuktikan memverifikasi teori signal dalam studi tentang pengaruh profitabilitas, pertumbuhan laba, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh CSR. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharap dapat menjadi referensi dan acuan untuk penelitian kedepannya.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran terkait permasalahan tentang profitabilitas, pertumbuhan laba, dan struktur modal, CSR sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja keuangannya di masa mendatang khususnya terkait tingkat nilai perusahaan yang akan dilaporkan.

b. Bagi pengguna laporan keuangan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada pengguna laporan keuangan faktor–faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan untuk pengambilan keputusan saat berinvestasi pada perusahaan tertentu.