

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan didirikan dengan maksud dan tujuan guna untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, mensejahterakan pemegang saham dan memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Thomas (2011) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh pembeli apabila suatu perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan yang baik dapat menarik minat sumber dana yang potensial seperti investor dan kreditur.

Nilai perusahaan itu sendiri dapat diukur dengan menggunakan metode *Price Book Value*. Menurut Franita Riska (2018) *Price Book Value* merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan., dimana nilai buku perusahaan adalah perbandingan antara ekuitas saham dengan jumlah saham yang beredar. Perusahaan dianggap memiliki nilai yang baik apabila perusahaan tersebut memiliki jumlah nilai pasar saham dan nilai pasar hutang yang lebih besar dibandingkan dengan nilai aktivasnya.

Pada dasarnya nilai perusahaan dapat diukur melalui berbagai aspek salah satunya dengan harga pasar saham perusahaan, karena harga saham menunjukkan penilaian investor secara keseluruhan terhadap perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat dicerminkan dengan harga saham, maka memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga per saham, maka manajer perusahaan akan berlomba di pasar modal untuk memaksimalkan nilai perusahaannya, sehingga investor tertarik untuk menanamkan modal saham ke

perusahaan. Dana yang didapat dari investor ini bisa dipakai untuk memajukan usaha, ekspansi, serta pertambahan modal kerja.

Nilai perusahaan tidak hanya diukur dari tingkat perolehan harga sahamnya saja. Berbagai penelitian menyatakan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan. Beberapa faktor tersebut adalah *Corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas dan struktur modal.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan untuk kepedulian sosial dan tanggung jawab lingkungan dengan mengabaikan kemampuan perusahaan. Dalam segala aktivitasnya, perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial mempengaruhi perkembangan perusahaan secara berkelanjutan. Wijaya (2015) menyebutkan CSR memiliki dampak positif serta relevan pada citra perusahaan serta menunjukkan bahwa kewajiban di bidang ekonomi memiliki pengaruh yang sangat erat serta dominan. Hal ini yang menjadi alasan CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan, ketika bertambah banyak bentuk kewajiban yang dilaksanakan perusahaan pada lingkungan, maka citra terhadap masyarakat menjadi baik. Citra yang baik bisa dapat mengambil perhatian investor guna menginvestasikan di perusahaan, yang akan berdampak pada kenaikan harga saham. Nilai perusahaan bisa tergambar dari harga saham, semakin tinggi nilai saham maka dapat ditandakan nilai perusahaan tersebut pun semakin tinggi.

Pada masa kini, terdapat regulasi di Indonesia yang mengatur pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Undang-Undang Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal yang mengatur tentang CSR dalam Undang-Undang tersebut pasal 74 ayat (1) dan (2). Pasal tersebut menyatakan bahwa perseroan terbatas wajib melaksanakan kegiatan sosial dan lingkungan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Pengelolaan sumber daya alam yang kurang baik akan menimbulkan berbagai ancaman kerugian baik untuk perusahaan maupun lingkungan sekitar perusahaan, dimulai dari wabah penyakit akibat pencemaran limbah perusahaan baik air, udara, kerusakan sarana dan prasarana jalur transportasi, hingga berbagai bentuk kerugian yang dapat menyebabkan bencana, maka dari itu perlunya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang baik di dalam suatu perusahaan agar lebih mudah dan bisa berhubungan baik dengan keadaan sekitar. Berdasarkan analisis laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2023, ditemukan masalah bahwa masih banyak perusahaan yang kurang peduli tentang tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, semakin rendah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) maka semakin buruk reputasi perusahaan dimata masyarakat dan investor, sebaliknya semakin banyak pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) maka akan membuat reputasi perusahaan semakin bagus.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurfina (2017) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Putri (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengungkapan program CSR ini memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan karena hal ini pengungkapan CSR dapat membangun citra yang baik perusahaan baik dimata investor maupun masyarakat luas.

Selain tanggung jawab perusahaan, struktur modal juga merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Mulyawan (2019) teori struktur modal menerangkan struktur pendanaan yang akan memengaruhi nilai perusahaan. Struktur modal suatu perusahaan yang baik dan optimal terdiri dari kombinasi antara modal, ekuitas dan utang yang dapat memaksimalkan harga saham. Struktur modal merupakan faktor kunci yang harus dipertimbangkan saat memutuskan untuk berinvestasi, karena berhubungan dengan tingkat pendapatan yang akan diterima investor di masa mendatang. Oleh karena itu, penting bagi manajer perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal agar dapat mengelola keuangan perusahaan dengan baik dan meningkatkan kesejahteraan investor. (Yuliati, 2011). Keputusan tentang struktur modal biasanya terkait dengan pemilihan sumber dana, baik yang bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan. Teori struktur modal menjelaskan pengaruh perubahan dalam struktur modal terhadap nilai perusahaan, yang mencakup kebijakan pembiayaan perusahaan dalam menetapkan rasio antara hutang dan ekuitas dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan.

Kebijakan terkait struktur modal mengaitkan *trade-off* dengan risiko serta taraf pengembalian atau pertambahan utang bisa memperbesar risiko perusahaan, namun bisa juga menaikkan tingkat pengembalian yang diinginkan. Risiko yang semakin tinggi karena tingginya utang cenderung menurunkan harga saham, namun sebaliknya jika menaikkan taraf pengembalian yang diinginkan bisa menaikkan harga saham tersebut (Tinambunan, 2021).

Berdasarkan analisis laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2023, ditemukan masalah bahwa total hutang pada perusahaan manufaktur mengalami fluktuasi selama periode 2017-2023. Dari beberapa perusahaan terdapat kenaikan hutang yang signifikan dari tahun ke tahun. Total hutang yang tinggi dapat berpengaruh negatif terhadap perusahaan yang akan mengakibatkan kebangkrutan. Oleh karena itu perusahaan harus bisa memaksimalkan modal perusahaannya dibandingkan menggunakan hutang sebagai alternatif pendanaan suatu perusahaan dalam meningkatkan produktivitas dan pembiayaan perluasan bisnis dimasa yang akan datang.

Menurut penelitian terdahulu yg dilakukan oleh Cahya Ayu Mulia Putri Rasyid (2022) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Irdawati (2022) menyatakan bahwa struktur modal dengan indikator DER tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain kedua faktor diatas, ada satu lagi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Peningkatan nilai perusahaan dipandang sebagai suatu pencapaian yang menggambarkan peningkatan kesejahteraan para

pemegang saham disuatu perusahaan. Menurut Andri Mulyawan (2019) tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan.

Menurut Brigham & Houston (2018), Profitabilitas adalah hasil dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Oleh karena itu, profitabilitas menjadi penting dalam menilai perusahaan sebagai tempat investasi. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen dalam mengelola operasional perusahaan, yang dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Menurut penelitian terdahulu, Andri Mulyawan (2019) Menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut analisis pada perusahaan manufaktur terutama sektor industri barang konsumsi tahun 2017-2023, nilai profitabilitas perusahaan mengalami fluktuasi. Didukung oleh data menurut kementerian perindustrian pada tahun 2022 sektor industri barang konsumsi mampu mengalami pertumbuhan profitabilitas sebesar 3.75% pada triwulan 1 dan lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2021. Sektor ini merupakan salah satu sektor yang menyumbang sebesar 37.77% dari industri pengelolaan dan perdagangan internasional. Fenomena yang terjadi pada tahun 2020 sektor industri barang konsumsi mengalami penurunan laba sebesar 92.60%. Hal ini terjadi karena adanya *pandemic Covid-19* sehingga tingkat konsumtif masyarakat terhadap barang konsumsi mengalami penurunan. Adanya penurunan tingkat konsumsi ini menyebabkan tingkat rasio keuangan pada perusahaan industri barang konsumsi juga menurun. (www.kemenprin.go.id).

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gisa Anugrah Dessriadi, Harsuti, Siti Muntahanah, dan Tjahjani Murdijaningsih (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Dirvi Surya Abbas (2019) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Mendapatkan citra positif di masyarakat sangatlah penting bagi sebuah perusahaan. Dengan nilai perusahaan yang baik akan membuka peluang lebih baik untuk mendatangkan atau memikat para investor, sehingga perusahaan harus mempertahankan kondisi yang baik pula di berbagai bidang guna mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Menurut Muflikha Hidayati (2023), nilai perusahaan menentukan nilai jual perusahaan selama beroperasi dan karena nilai penjualan lebih tinggi dari nilai likuiditas, manajemen perusahaan memenuhi tugasnya dengan baik. Sedangkan Noerirawan (2012) mengatakan bahwa nilai suatu perusahaan dipertahankan dalam bentuk atau wujud kepercayaan masyarakat terhadap usahanya selama bertahun-tahun. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah perusahaan yang memiliki angka penjualan yang lebih besar dari nilai likuiditasnya dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan GAP penelitian diatas, penulis tertarik untuk melaukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas Dan Struktur Modal Teradap Nilai Perusahaan (sub sektor perusahaan manufaktur periode 2017-2023)”

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2023.
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan struktur modal secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2023.
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2023.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah CSR, profitabilitas dan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor perusahaan manufaktur di BEI tahun 2017-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh CSR, profitabilitas dan struktur modal secara parsial terhadap nilai perusahaan sub sektor perusahaan manufaktur di BEI tahun 2017-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh CSR, profitabilitas dan struktur modal secara simultan terhadap nilai perusahaan sub sektor perusahaan manufaktur di BEI tahun 2017-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan menjadi bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh CSR, Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta mengimplementasikan konsep dan teori dalam praktek yang sebenarnya, khususnya mengenai konsep Nilai Perusahaan.

2. Bagi pembaca

Untuk menambah wawasan para pembaca mengenai pengaruh CSR, Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan tingkat Nilai Perusahaan.

4. Bagi investor

Dengan adanya penelitian ini investor dapat mempertimbangkan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi keuntungan sebelum berinvestasi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Sektor Barang Kosumsi tahun 2017-2023 yang datanya berupa laporan tahunan (*annual report*) dapat diakses melalui website www.idx.co.id atau dari website resmi setiap perusahaan.

1.5.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Maret 2024.