

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Tujuan didirikanya perusahaan salah satu nya adalah memaksimalkan kemakmuran para investor melalui maksimalisasi nilai perusahaan. Menurut Languju et al., (2016) memaksimumkan kemakmuran para investor bisa dicapai yaitu dengan memaksimalkankan nilai sekarang. Para Investor maupun pemegang saham diharapkan bisa mendapatkan keuntungan atas modal yang mereka tanamkan di masa yang akan datang . Peningkatan harga saham juga bisa dipakai untuk melihat seberapa besar nilai perusahaan. Jika harga saham mengalami peningkatan itu akan berimbas pada ikut meningkatnya nilai perusahaan. Sehingga perusahaan sangat memerlukan nilai perusahaan dalam menggambarkan kinerja perusahaan yang kemudian dapat mempengaruhi persepsi serta pandangan para calon investor. Nilai perusahaan yang optimum juga akan berpengaruh pada tingginya kesejahteraan para pemegang saham dan begitu sebaliknya. Kondisi ini bisa ber efek kepada kondisi nilai perusahaan untuk periode selanjutnya. Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran yang akan diterima pemegang saham juga akan semakin besar. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Sutama & Lisa, 2018).

Nilai perusahaan memiliki kontribusi yang esensial bagi pemilik perusahaan. Indikator nilai pasar saham dalam membentuk sebuah nilai perusahaan tidak lepas dari pengaruh dari probabilitas kegiatan investasi

(Rudangga & Sudiarta, 2016). Peluang investasi yang tinggi memiliki peran positif bagi pertumbuhan perusahaan. Sehingga ketika perusahaan mengalami pertumbuhan yang meningkat peningkatan maka dapat mendorong tumbuhnya nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang dipandang baik juga dapat dicapai dengan mengandalkan fungsi yang berada pada manajemen keuangan yang mana suatu keputusan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan yang lainya dan akan berdampak pada nilai perusahaan (Kurniawan & Mawardi, 2017). Ketika harga saham mengalami kenaikan, itu akan memacu nilai perusahaan untuk meningkat dan ketika itu terjadi maka kemakmuran para pemegang saham akan naik. Memaksimalkan kemakmuran pemegang saham juga berarti manajemen harus memaksimalkan nilai sekarang dari return yang diharapkan di masa yang akan datang.

Nilai Perusahaan merupakan persepsi para investor untuk mengukur tingkat kesuksesan perusahaan yang biasa dikaitkan dengan harga saham. Harga saham berkaitan erat dengan nilai perusahaan. Menciptakan nilai perusahaan yang tinggi merupakan salah satu tujuan perusahaan melakukan *go public* melalui optimalisasi harga saham di pasar modal. Nilai perusahaan terlihat melalui harga saham yang mengalami kenaikan cenderung stabil dengan artian tidak naik yang drastis dan juga tidak turun secara drastis.

Nilai perusahaan yang optimal bisa mewujudkan presepsi pasar berupa menjadikan pasar percaya dengan kemampuan perusahaan di waktu yang akan datang. Tingginya laba perusahaan mencerminkan prospek

perusahaan yang baik. Ketika laba Perusahaan semakin meningkat dan nilai perusahaan yang semakin tinggi maka hal tersebut bagus untuk mengoptimalkan kemakmuran pemegang saham. Hal tersebut bisa memberikan sinyal positif bagi calon investor. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin sejahtera para shareholdersnya (Novitasari dan Andayani, 2016)

Fenomena pada perusahaan industri manufaktur yang bergerak pada sektor industri barang dan kimia, PT Waskita beton Precast Tbk. yang mencatatkan PBV selama kurun waktu 4 tahun sebagai berikut :

**Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Saham Waskita Beton Precast Tbk selama 4 Tahun Terakhir**

<b>TAHUN</b>	<b>PBV</b>
2018	1,27
2019	1,09
2020	0,63
<b>2021</b>	<b>4,63</b>

Sumber : [www.indopremier.com](http://www.indopremier.com)

Kondisi yang ditunjukkan pada PT Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) yang mencatatkan PBV pada tahun 2018 sejumlah 1,27 dan mengalami penurunan pada tahun 2019 menjadi 1,09 dan pada tahun 2020 terjadi penurunan lagi menjadi 0,63. Pada tahun 2021 perusahaan ini

mengalami kenaikan yang sangat signifikan menjadi 4,63 yang merupakan PBV dengan pencapaian tertinggi selama kurun waktu 4 tahun.

Berdasarkan rasio PBV yang digunakan untuk mengukur perusahaan, dari fenomena diatas bisa terlihat bahwa harga saham akan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi akan diikuti tingginya nilai perusahaan dan kemakmuran pemegang saham. Selain dari harga saham, kemakmuran pemegang saham terletak pada pembagian dividen atas laba yang diperoleh. Besar kecilnya dividen yang akan dibayarkan kepada para pemegang saham tergantung pada kebijakan tiap-tiap perusahaan sehingga pertimbangan manajemen dalam hal ini sangat diperlukan manajemen (Annisa dan Chabachib, 2017)

Kemakmuran para pemegang dana investasi juga terletak pada Kebijakan dividend atau kebijakan terhadap pembagian laba yang diperoleh setiap pemegang saham. Semakin tinggi tingkat dividend yang dibagikan maka akan diikuti oleh meningkatnya kemakmuran pemegang saham. Tetapi ada saatnya suatu devidend tidak dibayarkan melainkan laba tersebut akan digunakan perusahaan untuk diinvestasikan karena perusahaan merasa butuh dan perlu terhadap laba tersebut. Besarnya suatu dividend perusahaan akan berpengaruh terhadap harga saham. Semakin tinggi devidend yang dibagikan oleh perusahaan maka investor akan tertarik menanamkan dananya sehingga menyebabkan harga saham juga akan naik begitu juga dengan nilai perusahaan. Tetapi jika dividend yang dibagikan oleh perusahaan rendah maka harga saham akan turun dan akan mempengaruhi nilai perusahaan untuk ikut turun.

Hasil riset yang telah dikerjakan Utama dan Dana (2019) membuktikan jika kebijakan deviden yang diwakilkan oleh DPR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ganar (2018) Kebijakan deviden (DPR) berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan (PBV) sedangkan berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Wijayanto (2015) menyatakan bahwa Kebijakan deviden yang diwakilkan oleh DPR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Setiap perusahaan pasti menginginkan nilai perusahaan yang memiliki efek berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan tidak hanya dilihat dari segi kinerja keuangannya saja. Menurut Ayem dan Nikmah (2019) Keberlanjutan perusahaan akan terjamin jika perusahaan memandang dimensi sosial dan lingkungan hidup. Corporate Social Responsibility adalah bentuk dari dimensi sosial dan lingkungan hidup atau bisa disebut juga sebagai inti dari etika bisnis. CSR telah menjadi tujuan tingkat yang lebih tinggi dalam mengejar keberlanjutan pembangunan (Kang dan Liu dalam Chen dan Lee, 2020).

Sehingga dengan begitu ketika perusahaan memperhatikan CSR maka perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukan kepada para stakeholdernya. Aktivitas tersebut dikelompokkan menjadi beberapa dimensi yaitu dimensi strategi dan analisa, profil organisasi, parameter laporan, pemerintahan, komitmen, dan keterlibatan, kinerja ekonomi, lingkungan, praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak

asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Aktivitas perusahaan mempunyai dampak yang sangat luas yaitu bagi perekonomian, lingkungan, bahkan kehidupan sosial (Sari dan Priantina, 2018).

Maka dari itu kesadaran yang lebih besar harus dipraktikkan pada CSR, karena CSR telah menjadi trend global yang nantinya akan meningkatkan kesadaran publik terhadap lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan wajib mencantumkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya sebagai bentuk strategi jangka panjang (Pristianingrum, 2017). Ketika perusahaan mampu menciptakan dimensi sosial dan lingkungan hidup berupa corporate social responsibility yang baik dan memuaskan, maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang mampu menjaga etika dalam berbisnisnya dengan baik dan akan berpengaruh pada nilai perusahaan.

Hasil riset yang dikerjakan oleh Karina dan Setiadi (2020) mengungkapkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmantari, dkk (2019) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Subatini dan sudana (2019) menyatakan bahwa Corporate social responsibility berpengaruh negatif significant terhadap nilai perusahaan.

Untuk mewujudkan pembagian dividen dan corporate social responsibility tentunya perlu adanya dana atau keuntungan yang tinggi.

profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan terhadap biaya selama periode tertentu (Jihadi et al., 2021). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba. Jika suatu perusahaan mendapatkan laba tinggi akan membuat perusahaan tersebut sanggup untuk membagikan dividen. Semakin tinggi devidend yang dibagikan perusahaan mengandung signal positif bagi calon investor yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, dan sebaliknya (Setyowati, dkk, 2018,). Begitu juga jika perusahaan mempunyai keuntungan yang tinggi Profitabilitas dapat meningkatkan CSR karena sebagian keuntungan perusahaan ditujukan untuk melakukan program CSR sebagai kewajiban perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dari penjelasan latar belakang diatas dan perbedaan hasil penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kebijakan Dividen dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu replikasi ekstensi dari jurnal Fauzi, dkk (2016). Perbedaannya terletak pada penelitian ini menghilangkan variabel GCG dan menambahkan variabel Kebijakan dividen.

## **B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN**

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan, rumusn maalh tersebut sebagai berikut :

1. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah Profitabilitas sebagai variabel moderasi melemahkan atau memperkuat pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah Profitabilitas sebagai variabel moderasi melemahkan atau memperkuat pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan ?

#### **C. TUJUAN PENELITIAN**

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas sebagai variabel moderasi melemahkan atau memperkuat pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan
4. Menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas sebagai variabel moderasi melemahkan atau memperkuat pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan bisa memberikan tambahan pengetahuan serta wawasan khususnya mengenai pengetahuan tentang nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran, masukan serta solusi terkait pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan penjualan dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan untuk memajukan perusahaan lebih optimal lagi.

### b. Bagi Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi serta pengetahuan yang berguna sehingga calon investor bisa mengambil keputusan yang efektif dan efisien dalam berinvestasi.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi dan acuan bagi mahasiswa yang membaca ataupun peneliti yang akan datang