

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada masa saat ini tepatnya pada era globalisasi memberikan tantangan yang cukup menakutkan bagi perusahaan Indonesia. Strategi dalam menghadapi persaingan yang keras harus dipikirkan oleh manajemen perusahaan secara penuh agar perusahaan terus berkembang dan maju. Tak sedikit perusahaan Indonesia yang bangkrut pada era globalisasi dan digitalisasi karena sulit untuk beradaptasi dengan adanya kondisi baru yang terjadi (Septiano & Mulyadi, 2021).

Setiap perusahaan didirikan pasti dengan tujuan yang jelas. Salah satu tujuan umum dari suatu organisasi atau perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Selain itu juga bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang dicerminkan pada harga saham milik perusahaan. Meningkatnya persaingan dalam era globalisasi pada saat sekarang ini mengharuskan perusahaan mampu mengimbangi keadaan yang terjadi dan terus melakukan pengelolaan terhadap fungsi-fungsi terpenting dalam perusahaan sehingga mampu menghadapi persaingan yang terjadi (Endaryati, 2022).

Pada era saat ini pasar modal berperan penting dalam bidang perekonomian. Pasar modal menjadi perantara para investor dengan perusahaan. Instrumen keuangan yang banyak di perjual belikan

diantaranya seperti saham, obligasi, waran, right, reksadana dan derivative lainnya. Transaksi dan aktivitas yang berhubungan dengan instrumen keuangan dipasar modal diawasi dan dijaga oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pasang surut juga pasti dialami oleh perusahaan manufaktur sehingga perusahaan membutuhkan lebih banyak dana yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan. Untuk memperoleh dana perusahaan dapat menggunakan cara dengan melakukan *go public* yaitu menjual saham kepada masyarakat di pasar modal (Lestari et al., 2022).

Subsektor industri makanan dan minuman masih menjadi penyokong utama perekonomian Indonesia. Subsektor industri makanan dan minuman merupakan subsektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur di Indonesia. Industri ini merupakan subsektor tertinggi dan berkontribusi dalam subsektor ekonomi. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto menyampaikan bahwa industri makanan dan minuman konsisten memberikan kontribusi yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi nasional. Potensi industri makanan dan minuman di Indonesia bisa menjadi pemenang, karena supply dan user-nya banyak. Untuk itu, salah satu kunci daya saingnya di subsektor ini adalah *food innovation and security*. Subsektor makanan dan minuman memiliki persentase terbesar yaitu 6,33 % terhadap PDN nasional semester I 2018 dibanding industri kimia sebesar 2,9%, logam, komputer dan mesin sebesar 2,08%, alat angkutan 1,76 %, serta tekstil dan pakaian sebesar 1,13 % ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)). Industri makanan dan minuman mampu tumbuh hingga 8,6% pada triwulan II tahun

2018. Kinerja ini melampaui pertumbuhan ekonomi nasional. industri makanan dan minuman juga memberikan kontribusi besar terhadap nilai investasi sepanjang semester I tahun 2018, di mana menyumbang sebesar 47,50% atau senilai Rp21,9 triliun untuk penanaman modal dalam negeri (PMDN) ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)). Sedangkan, untuk penanaman modal asing (PMA), industri makanan menyettor 10,41% atau sebesar USD586 juta. Pertumbuhan industri makanan dan minuman tahun ini akan stabil tumbuh dan disesuaikan pada kondisi ekonomi serta daya beli masyarakat Indonesia yang diperkirakan masih seperti tahun lalu (Wakil Kepala Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) Sribugo Suratmo,2019) ([industri.kontan.co.id](http://industri.kontan.co.id)). Dilansir dari [pasardana.id](http://pasardana.id) subsektor makanan dan minuman meski terdampak pandemi tetap menunjukkan ketahanannya dengan tumbuh 3,68% pada kuartal II tahun 2022, meningkat signifikan dibanding periode yang sama pada tahun 2021 sebesar 2,95%.

Berdasarkan pernyataan diatas diketahui bahwa perusahaan industri subsektor makanan dan minuman mengalami peningkatan investasi sehingga dengan hal tersebut dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, setiap perusahaan pasti akan mengalami persaingan dan pertumbuhan dalam berbisnis terutama dalam perolehan laba dan peningkatan nilai perusahaan. Manajer keuangan harus dengan maksimal dan berhati-hati dalam menentukan keputusan nilai perusahaan. Rencana penentuan nilai perusahaan yang maksimal dan bagus akan membantu

meningkatkan nilai perusahaan menjadi lebih unggul dalam menghadapi persaingan yang ketat. Selain itu, manajer keuangan harus dapat mengambil keputusan yang tepat mengenai penggunaan dana yang diterima, sehingga dapat digunakan secara optimal. Manajer keuangan harus dapat menggabungkan keputusan tersebut sedemikian rupa agar selanjutnya dapat meningkatkan laba dan nilai perusahaan. Pemenuhan atas kepentingan keuangan merupakan keputusan yang sangat penting dalam perusahaan. Keputusan tersebut sangat berpengaruh terhadap tumbuh kembang dari perusahaan (Nurkhasanah & Nur, 2022). Teori keuangan menjelaskan bahwa suatu fenomena akan terjadi di bidang keuangan dan keputusan keuangan tertentu perlu dibuat ketika berhadapan dengan masalah keuangan. Struktur pengambilan keputusan yang tepat akan menghasilkan solusi yang lebih baik untuk berbagai pertanyaan normatif, jika pengambilan keputusan memiliki banyak teori aktif yang menjelaskan konsekuensi dari pilihan yang diambil (Nurhayati, 2017).

Menurut Wulandari et al (2020) keputusan yang dapat diambil oleh manajer perusahaan yaitu manajer harus bisa memaksimalkan nilai terhadap asset perusahaan. Laba yang didapat oleh perusahaan merupakan hasil dari kinerja keuangan yang baik. Jika laba sudah maksimal maka kemakmuran pemilik perusahaan atau modal menjadi meningkat. Penentuan keputusan suatu kinerja keuangan ini harus dipertimbangkan secara matang agar dapat mengarah pada tujuan utama yaitu peningkatan nilai perusahaan atau kemakmuran perusahaan dan pemilik saham. Hal

tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu keputusan manajemen. Meningkatnya laba perusahaan memberi nilai positif bagi perusahaan, karena informasi mengenai laba atau kerugian juga mempengaruhi harga saham. Meningkatnya laba atau adanya kerugian perusahaan merupakan suatu penerapan kinerja perusahaan yang sangat mudah diketahui oleh *stakeholder* atau investor perusahaan. Investor akan cenderung lebih tertarik pada perusahaan dengan tingkat nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan dapat digambarkan melalui indikator nilai saham pasar. Nilai perusahaan yang tinggi akan sangat berpengaruh terhadap keputusan investor dalam memandang perusahaan. Peningkatan nilai pemegang saham akan terjadi apabila nilai perusahaan juga mengalami peningkatan dengan ditandai adanya pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Hermuningsih, 2012).

Menurut Mipo (2022) Kinerja keuangan dalam perusahaan sangat penting dan dengan adanya kinerja keuangan perusahaan akan mengalami kemakmuran yang meningkat. Kemakmuran yang meningkat tidak hanya ditujukan untuk perusahaan tetapi juga untuk pemilik saham atau pemegang saham. Dengan demikian nilai perusahaan diartikan sebagai gambaran keadaan dari suatu perusahaan. Ketika perusahaan memiliki nilai perusahaan dan kinerja keuangan yang bagus maka dapat memikat investor untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut. Jika perusahaan mampu memperoleh laba maka harga saham perusahaan akan meningkat juga.

Sementara itu untuk melihat kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat melalui rasio keuangannya. Maka dari itu ada beberapa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diatas dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok variabel diantaranya yaitu variabel dependen berupa nilai perusahaan, variabel independen berupa profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan sedangkan variabel moderasi berupa *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut Henryanto Wijaya (2021) menjelaskan bahwa nilai perusahaan memiliki arti penting dalam berdirinya suatu perusahaan. Ketika perusahaan mampu dan berhasil memberikan nilai perusahaan dengan maksimal maka perusahaan tersebut dianggap mampu juga dalam hal mencapai tujuan utama perusahaan yaitu kemakmuran pemilik saham. Perusahaan disebut memiliki nilai yang tinggi apabila kinerja keuangan perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat diketahui dari harga saham perusahaan terkait apabila perusahaan dengan harga saham yang tinggi maka dapat disebut sebagai perusahaan dengan nilai perusahaan yang baik juga (Mipo, 2022).

Profitabilitas dalam perusahaan merupakan hal penting juga karena tujuan berdirinya dari perusahaan untuk meraih keuntungan yang tinggi. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba

pada periode tertentu pada tingkat penjualan asset perusahaan. Profitabilitas memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan karena dengan meraih profit yang tinggi maka perusahaan dianggap sehat kinerja keuangannya (Sunaryo, 2020).

Likuiditas merupakan kesadaran perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya. Likuiditas memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, karena dengan adanya rasio likuiditas ini memberikan berbagai manfaat dan informasi tidak hanya kepada perusahaan tetapi juga terhadap masyarakat luar. Jadi dapat diartikan bahwa perusahaan memiliki tingkat rasio yang tinggi maka perusahaan tersebut mampu membayar tagihan jangka pendek dengan tepat waktu (Marpaung, 2019). Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam merubah asset jangka pendek menjadi pendapatan tunai yang bertujuan dipergunakan untuk biaya operasional perusahaan (Egbunike & Okerekeoti, 2018).

*Leverage* menunjukkan bahwa seberapa besar utang yang digunakan untuk membiayai kebutuhan perusahaan. Jika sebuah perusahaan tidak memiliki *leverage* maka perusahaan tersebut membiayai kebutuhannya menggunakan modal sendiri. Keputusan sumber pendanaan yang dipilih sepenuhnya berada pada manajemen perusahaan. Semua keputusan yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen pasti sudah melalui beberapa tahap dan pertimbangan baik mengenai kekurangan dan kelebihan dari masing-masing. Sumber pendanaan eksternal yang dapat dipilih oleh perusahaan yaitu berupa utang (Arumningsih, 2019). *Leverage*

merujuk pada utang perusahaan yang disebabkan dari pinjaman, surat utang dan lain sebagainya. Perusahaan memiliki tujuan dari meminjam yaitu untuk memperoleh pengembalian yang lebih tinggi atas investasi daripada biaya pinjaman yang ditanggung (Msomi, 2022).

Menurut Hendrawati (2017) ukuran perusahaan merupakan tingkat besar kecilnya perusahaan didefinisikan sebagai nilai atas besar kecilnya perusahaan yang dapat diketahui melalui total asset, jumlah pendapatan dan jumlah keuntungan yang diperoleh. Ukuran perusahaan merupakan skala yang sangat berdampak bagi perusahaan, apabila perusahaan memiliki ukuran yang besar maka kemungkinan dalam pengelolaan asset akan meningkat dan maka dengan begitu kinerja keuangan perusahaan akan terpengaruhi (Sasidharan et al., 2023).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) menekankan perusahaan untuk memperhatikan dan bertanggung jawab atas sosial dan lingkungan sekitarnya sehingga perusahaan tidak hanya memikirkan dan fokus terhadap keuangan saja. Ketika perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dengan tujuan keuangan maka perusahaan akan melakukan pematangan dan maksimalisasi penjual dan produksi, akan tetapi hal tersebut akan memberikan efek buruk pada lingkungan karena akan terjadi kesenjangan sosial sehingga perusahaan diharuskan untuk memikirkan dan memperdulikan lingkungan sosial perusahaan (Fauzan & Fathoni, 2016)

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan akan tetapi terdapat beberapa



inkonsistensi hasil penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Azhar et al., (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nila & Suryanawa (2018) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri et al (2018) dan Tumanan & Dyah Ratnawati, (2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sadewo et al (2022) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan & Fathoni (2016) dan Safitri et al (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al (2022) dan Darmawan et al. (2020) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Novelia et al (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani et al (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pramana & Mustanda (2016) menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan oleh Nila & Suryanawa (2018) menyatakan

bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Tumanan & Dyah Ratnawati (2021) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nur & Munfaqiroh (2022) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh positif likuiditas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Darmawan et al (2020) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Maulinda et al (2022) juga menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah et al (2021) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan & Fathoni (2016) dan Mipo (2022) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Dari berbagai *research gap*, fenomena dan permasalahan diatas maka peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2018-**

2022)”. Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi dari penelitian yang dilakukan oleh (N. M. L. Dewi & Suputra, 2019) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* pada Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi”. Dalam penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu Likuiditas dan ukuran perusahaan. Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada periode waktu penelitian, objek penelitian dan terdapat penambahan variabel independen.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dituliskan, maka penelitian ini memiliki perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?
8. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Menguji pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
4. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi.
6. Menguji pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi.
7. Menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi.
8. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk semua pihak, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang akan datang mengenai manajemen keuangan terutama pada pembahasan nilai perusahaan.

b. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya terutama berkaitan dengan penilaian perusahaan pada perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Investor

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar penilaian kinerja manajemen untuk bahan pertimbangan awal dalam proses pengambilan keputusan investasi saham.

b. Bagi Emiten

Dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan dapat menjadikan sebagai motivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga perusahaan mampu membuktikan bahwa kemakmuran perusahaan dan kemakmuran pemegang saham terjamin.

**E. Batasan Penulisan**

Batasan penelitian ini digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih tersusun dan memudahkan dalam pembahasan sehingga dapat mencapai tujuan dari penelitian. Oleh karena itu permasalahan yang diangkat dalam penelitian dibatasi pada pengaruh profitabilitas, likuiditas,

*leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.