

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks dan beragam, baik dari sisi internal maupun eksternal perusahaan. Persaingan yang ketat di pasar global, perkembangan teknologi yang pesat, serta tuntutan dari pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk perusahaan berkontribusi terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan menuntut perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja mereka dalam menghadapi perubahan ini.

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memaksimalkan nilai perusahaan, dapat dikatakan perusahaan juga memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin dari harga saham Perusahaan (Oktarina, 2018). Nilai perusahaan dikatakan baik dilihat dari harga saham yang tinggi, hal ini menjadi sinyal positif bagi calon investor dan menjamin kemakmuran pemegang saham. Tingginya harga saham menandakan semakin tinggi kekayaan bagi pemilik (Atmaja, 2020). Faktor penentu ketertarikan penanam modal atas pertimbangan pengambilan keputusan saat

investasi yaitu melalui nilai perusahaan. *Price to book value* (PBV) digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Jika nilai rasio PBV terlalu mahal, maka saham tidak akan laku dijual atau tidak menarik minat investor untuk membelinya.

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

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Saham PT Indofood CBP Tbk (ICBP) Tbk selama 4 Tahun Terakhir

TAHUN	PBV
2018	5,37
2019	4,87
2020	1,08
2021	0,86

tabel 1- perbandingan PBV tahun 2018-2021

Sumber :

www.indopremier.com

Kondisi yang ditunjukkan pada PT Indofood CBP Tbk (ICBP) yang mencatatkan PBV pada tahun 2018 sejumlah 5,37 dan mengalami penurunan pada tahun 2019 menjadi 4,87 dan pada tahun 2020 terjadi penurunan lagi menjadi 1,08. Pada tahun 2021 perusahaan ini mengalami

penurunan lagi menjadi 0,86 yang merupakan PBV dengan pencapaian terendah selama kurun waktu 4 tahun.

Salah satu yang menjadi tolak ukur dalam suatu perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas dalam suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk periode tertentu (Margaretha et al; 2019). Analisis mengenai profitabilitas sangat penting bagi kreditor dan investor ekuitas. Pengukuran rasio profitabilitas dalam penelitian ini yaitu rasio *Return On Assets* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Earning Per Share* (EPS) (Nuradawiyah et al., 2020).

Profitabilitas merujuk pada kemampuan suatu bisnis atau organisasi untuk menghasilkan keuntungan atau laba dari aktivitas operasionalnya. Ini adalah ukuran kritis dalam mengevaluasi kesehatan keuangan suatu entitas dan sejauh mana kegiatan operasionalnya dapat menghasilkan pendapatan yang melebihi biaya yang dikeluarkan. Profitabilitas merupakan indikator utama yang digunakan oleh pemilik bisnis, investor, analis keuangan, dan pihak terkait lainnya untuk menilai kinerja dan nilai suatu perusahaan.

Profitabilitas mencerminkan efisiensi dan efektivitas suatu bisnis dalam mengelola sumber daya dan proses operasionalnya. Ketika bisnis berhasil menghasilkan laba yang sehat, ini mencerminkan bahwa strategi bisnis, manajemen, dan operasi berjalan dengan baik. Namun, rendahnya profitabilitas bisa menunjukkan adanya masalah dalam berbagai aspek bisnis, seperti biaya yang tidak terkendali, harga yang tidak sesuai, persaingan yang ketat, atau tantangan lainnya.

Tidak hanya profitabilitas yang dapat di jadikan tolak ukur untuk menilai suatu perusahaan. Ada juga pertumbuhan perusahaan yang dapat dijadikan tolak ukur dari perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah proses di mana perusahaan mengalami peningkatan yang signifikan dalam ukuran, pendapatan, laba, atau aset-asetnya seiring berjalannya waktu. Pertumbuhan perusahaan dapat terjadi secara organik melalui ekspansi internal atau melalui akuisisi, kemitraan, atau strategi pengembangan lainnya. Suatu perusahaan dikatakan berkembang pada saat perusahaan tersebut mengalami peningkatan pertumbuhan dalam usaha setiap tahunnya (Husna & Rahayu, 2020).

Setiap perusahaan pasti menginginkan nilai perusahaan yang memiliki efek berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan tidak hanya dilihat dari segi kinerja keuangannya saja. Dalam konteks ini, konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul sebagai inisiatif bisnis yang menyelaraskan tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR memiliki arti yaitu wujud nyata kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut secara berkala dan terus-menerus. Perusahaan hendaknya melakukan tanggung jawab sosial secara teratur agar timbal balik yang didapatkan sama dan program CSR harus tepat sasaran untuk keberhasilan sesama (Nurlela dan Islahuddin, 2020). Pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan dampaknya pada kinerja keuangan dan nilai perusahaan semakin diakui oleh para akademisi

dan praktisi bisnis. Berbagai penelitian sebelumnya telah menginvestigasi hubungan antara pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas dengan nilai perusahaan, dan sebagian besar dari penelitian tersebut menemukan adanya korelasi positif antara pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Namun, peran CSR dalam menghubungkan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas dengan nilai perusahaan belum sepenuhnya dipahami. Sebagai variabel moderasi, CSR berfungsi sebagai mekanisme pengatur dalam mempengaruhi dan mengubah hubungan antara pertumbuhan perusahaan serta profitabilitas dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut dengan menginvestigasi pengaruh pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dengan CSR sebagai variabel yang memoderasi hubungan tersebut.

Hasil riset yang dikerjakan oleh (Neni Meidawati & Puspita, 2023) menunjukkan Tujuan dari penelitian adalah untuk mengidentifikasi dampak dari leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel yang memoderasi. Sampel penelitian ini terdiri dari perusahaan-perusahaan dalam Sub Bidang Industri Barang Konsumsi-Kosmetik dan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2015 hingga 2021. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling berdasarkan

kriteria tertentu. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan Metode Analisis Regresi Termoderasi (*Moderated Regression Analysis/MRA*). Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh dari leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak terlihat secara signifikan. Dengan kata lain, faktor-faktor tersebut tampaknya tidak memiliki dampak yang berarti terhadap penilaian nilai perusahaan dalam konteks penelitian ini. Namun, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki kemampuan untuk memoderasi hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Meskipun begitu, pengungkapan CSR ternyata memiliki kemampuan untuk melemahkan hubungan antara leverage dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR memiliki potensi untuk memainkan peran dalam memoderasi hubungan antara leverage dan nilai perusahaan.

Penelitian di atas menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian (Wulandari & Efendi, 2022). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2018-2020. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang analisisnya fokus pada data-data numerik yang diolah menggunakan metode statistika. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel yang berdasarkan suatu kriteria

tertentu. Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria adalah 12 perusahaan yang memiliki data terkait mengenai variabel-variabel yang digunakan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan, dan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa: profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menambahkan dimensi unik dengan memasukkan variabel moderasi, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai variabel moderasi, CSR berfungsi sebagai pengatur yang dapat mempengaruhi hubungan antara pertumbuhan perusahaan serta profitabilitas dengan nilai perusahaan. Ini memberikan wawasan tentang bagaimana praktek CSR dapat memoderasi dampak pertumbuhan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Dari penjelasan latar belakang diatas dan perbedaan hasil penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi” jenis penelitian yang digunakan yaitu replikasi ekstensi dari (Neni Meidawati & Puspita, 2023). Perbedaan yang terletak pada penelitian ini yaitu menghilangkan variabel *laverage* dan *firm size* kemudian menambahkan variabel pertumbuhan perusahaan.

Keunikan dari penelitian ini yaitu menggabungkan dua konsep utama yang relevan dalam bidang manajemen keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Dengan menghubungkan semuanya, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana kinerja keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaan saling berinteraksi dan mempengaruhi nilai perusahaan.

B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan, rumusan masalah tersebut sebagai berikut :

1. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia ?
3. Apakah *corporate social respobility* (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor manufaktur di bursa efek Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor manufaktur di bursa efek Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memperkuat pengaruh profitabilitas 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 pertumbuhan perusahaan, 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 di harapkan dapat menjadi sumber referensi dan acuan bagi mahasiswa yang membaca ataupun peneliti yang akan dating.