

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi yang maju saat ini disertai dengan teknologi yang tinggi menjadi peluang sekaligus ancaman bagi perusahaan. Pada umumnya sebuah perusahaan didirikan dengan suatu tujuan tertentu. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk mendapatkan laba yang maksimal. Namun tujuan perusahaan yang sebenarnya ialah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham yang diterbitkan oleh suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi, sehingga mampu mempengaruhi pengambilan keputusan pemegang saham untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Hemastuti, 2014:3).

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa efektif dan efisien manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya. Dari aktivitas pasar modal, harga saham merupakan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh investor dalam melakukan investasi karena harga saham menunjukkan prestasi emiten, pergerakan harga saham searah dengan kinerja emiten. Dengan semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut dan sebaliknya. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang menerbitkan saham sangat memperhatikan harga sahamnya.

Studi empiris pada penelitian ini memilih perusahaan sektor industri barang konsumsi karena perusahaan industri barang konsumsi mengalami pertumbuhan yang terus meningkat dan relatif stabil dibanding sektor lain. Tingkat kesejahteraan masyarakat merupakan faktor pendorong bagi

pertumbuhan sektor industri barang konsumsi, seiring dengan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari harga saham pada beberapa emiten sektor industri barang konsumsi pada table yang telah disajikan berikut.

Table 1.1 Saham Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Nama Emiten	2015	2016	2017	2018
HMSP	Rp 3.760	Rp 3.830	Rp 4.730	Rp 3.710
UNVR	Rp 7.400	Rp 7.760	Rp 11.180	Rp 9.080
ICBP	Rp 6.738	Rp 8.757	Rp 8.900	Rp 10.450
KLBF	Rp 1.320	Rp 1.515	Rp 1.690	Rp 1.520
MYOR	Rp 1.220	Rp 1.645	Rp 2.020	Rp 2.620

Harga saham PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) pada akhir tahun 2015 tercatat sebesar Rp 3.760 per lembar saham dan selalu mengalami kenaikan pada tahun 2016 dan 2017, di tahun 2017 harga saham HMSP naik sebesar 23,5% dari tahun sebelumnya menjadi Rp 4.730 per lembar sahamnya. Namun di tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 21,56% menjadi Rp 3.710 per lembar saham. Harga saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2015 sebesar Rp 7.400 per lembar saham dan selalu mengalami kenaikan yang setiap tahunnya sampai pada tahun 2017 tingkat kenaikan mencapai 44,07% dari tahun sebelumnya dan menyentuh harga Rp 11.180. Namun pada tahun 2018 mengalami penurunan harga saham sebesar 18,78% menjadi Rp 9.080. Harga saham PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) selalu mengalami kenaikan di tiap tahunnya, di mulai pada tahun 2015, 2016, 2017, sampai 2018. Tingkat kenaikan harga saham ICBP yang paling signifikan terjadi pada tahun 2016 dimana mencapai tingkat kenaikan sebesar 29,97% menjadi Rp 8.757 per lembar saham. Harga saham PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) pada tahun 2015 sebesar Rp 1.320, dan selalu mengalami kenaikan harga saham sampai pada tahun 2017, namun di tahun 2018 harga saham KLBF mengalami penurunan sebesar 10,06% menjadi Rp 1.520 per lembar saham. Harga saham PT Mayora

Indah Tbk (MYOR) juga selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya, dimulai dari tahun 2015 harga saham MYOR sebesar Rp 1.220, naik sebesar 34,84% pada tahun 2016 menjadi Rp 1.645 dan mengalami kenaikan Kembali ditahun 2017 sebesar 22,80% menjadi Rp 2.020 per lembar saham dan tingkat kenaikan yang signifikan terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 29,71% menjadi Rp 2.620 per lembar saham.

Berdasarkan laporan yang dicatat dari CNNIndonesia.com terdapat lima emiten dengan nilai kapitalisasi terbesar disektor industri barang konsumsi yaitu PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP), PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR). Secara presentase, tingkat pertumbuhan pendapatan dan laba bersih mayoritas emiten tersebut menyentuh dua digit pada kuartal III 2018, sedangkan pada kuartal yang sama ditahun 2015, 2016 dan 2017 pertumbuhannya hanya satu digit. UNVR misalnya pada kuartal III 2017 lalu, perusahaan hanya mendapatkan laba bersih sebesar Rp 5,22 triliun naik 9,89% dari posisi kuartal III 2016 yaitu Rp 4,75 triliun dan pada tahun 2015 sebesar Rp 4,2 triliun. Namun pada periode yang sama tahun 2018 mengalami kenaikan laba yang sangat signifikan sebesar 39,84% menjadi Rp 7,3 triliun. Kondisi yang sama juga terjadi pada ICBP dan MYOR. Pertumbuhan laba bersih masing-masing sebesar 14,47% dan MYOR sebesar 18,44%. Jika dibandingkan dengan kuartal III 2017 kemarin, laba bersih ICBP hanya 7,42% dan MYOR hanya 7,15%. Laba bersih HMSP pada tahun 2015 tercatat sebesar Rp 10,4 triliun, pada tahun 2016 tercatat sebesar Rp 9,08 triliun dan mengalami kenaikan sebesar 2,75% pada tahun 2017 dengan nilai laba bersih sebesar Rp 9,33 triliun, dan terus mengalami kenaikan pada tahun 2018 sebesar 3,85% menjadi Rp 9,69 triliun. Pertumbuhan laba bersih KLBF pada tahun 2015 sebesar Rp 1,50 triliun dan selalu mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun 2016 sampai 2018. Pada tahun 2016 laba bersih KLBF tercatat Rp 1,7 triliun dan naik sebesar 4,11% pada tahun 2017 menjadi Rp 1,77 triliun dan kemudian pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 1,69% sehingga laba bersih KLBF menjadi Rp 1,80 triliun. Realisasi kinerja emiten ini terjadi karena adanya kenaikan daya beli

masyarakat, sehingga penjualan yang diperoleh meningkat dan profit yang didapatkan juga meningkat.

Salah satu alat ukur yang digunakan investor untuk melihat nilai perusahaan adalah *Tobin's Q*. Nilai *Tobin's Q* dapat memberikan informasi yang paling baik karena rasio ini dapat menjelaskan berbagai fenomena yang terjadi dalam perusahaan seperti pengambilan keputusan investasi. Semakin tinggi tingkat rasio *Tobin's Q* suatu perusahaan maka perusahaan tersebut dikatakan semakin mampu dan berhasil dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Perusahaan memiliki alat-alat analisis keuangan yang menggambarkan tentang kondisi keuangan perusahaan tersebut melalui kinerja keuangannya, sehingga dapat diketahui kondisi keuangan perusahaan tersebut. Jika kinerja keuangan menunjukkan prospek yang baik, maka saham tersebut akan diminati oleh para investor dan berpengaruh pada nilai jual saham tersebut sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan erat kaitannya dengan nilai perusahaan. Bagi perusahaan, meningkatkan kinerja keuangan merupakan suatu keharusan, agar saham perusahaan menarik bagi investor. Biasanya para investor melakukan peninjauan dengan melihat rasio keuangan sebagai evaluasi investasi. penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan dengan analisis rasio keuangan.

Rasio pertama yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu dengan total aktiva yang ada (Kasmir, 2016 : 114). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa dari total aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan dan sebaliknya. *Return On Assets (ROA)* merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Oleh karena itu semakin tinggi profitabilitas maka akan menunjukkan kinerja keuangan yang baik pula yang akan di ikuti dengan meningkatnya harga saham dari perusahaan tersebut.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Raningsih & Artini (2018) dan Pramana &

Mustanda (2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rafid et al. (2017) dan Karlina et al. (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Wulandari & Wiksuana (2017) dan Thaib & Dewantoro (2017) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. Menurut Kasmir (2015 : 112) *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Perusahaan yang melakukan pinjaman untuk sumber dananya, maka perusahaan akan mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola utangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi utangnya kembali, *leverage* dapat diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Semakin besar DER maka besar pula utang perusahaan, dengan penggunaan utang sebagai pendanaan eksternal perusahaan dapat terus melakukan kegiatan operasionalnya sehingga akan mendapatkan laba maksimal yang mampu menarik para investor untuk menanamkan modalnya berupa saham di perusahaan tersebut yang nantinya akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Variabel *leverage* dalam penelitian Dhian Andanarini (2017) dan Wulandari & Wiksuana (2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lating et al. (2019) dan Wardhany et al. (2019) yang menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Dewi & Saputra (2019) dan Sari & Baskara (2019) menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya

(Kasmir, 2015:110). Tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi yang baik sehingga akan menambah permintaan akan saham dan akan menaikkan harga saham. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dan akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya. *Current Ratio* (CR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki likuiditas sehat paling tidak memiliki rasio lancar sebesar seratus persen.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Dhian Andanarini (2017) & Casimira Susilaningrum (2016) menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Rafid et al. (2017) dan Dewi & Ekadjaja (2020) yang menyebutkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian dari sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Wenny et al. (2019) dan Lating et al. (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu isu yang menarik dan menjadi pusat perhatian saat ini. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan pengaplikasian *Tripple Bottom Lines* (*profit, people, planet*), yaitu berupa kepedulian perusahaan dalam menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*). Ditambah dengan prosedur yaitu CSR dilakukan secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan professional. *Corporate Social Responsibility* (CSR) banyak memberi manfaat bagi perusahaan, antara lain CSR dapat memberikan citra perusahaan yang khas, baik dan etis di mata public yang nantinya akan mencari *customer loyalty*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi untuk melihat apakah dengan adanya CSR akan mampu memperkuat maupun

memperlemah hubungan kinerja perusahaan yang di proksikan dengan profitabilitas, *leverage* dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Lim (2015) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Murnita & Putra (2018). Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofiamira & Asandimitra (2017) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yustisia Puspaningrum (2018).

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Dhian Andanarini (2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, CSR memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, dan CSR memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Casimira Susilaningrum (2016) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, CSR mampu memperkuat pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan dan CSR mampu memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rafid et al. (2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan CSR mampu memperkuat hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Penulis memilih untuk melakukan penelitian terhadap nilai perusahaan karena nilai perusahaan merupakan informasi yang penting bagi manajemen perusahaan serta investor maupun kreditor. Dengan adanya informasi mengenai nilai perusahaan, manajemen perusahaan akan selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan karena sangat penting bagi keberlangsungan bisnis sebab hal ini akan menjadi persepsi bagi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi juga. Tingginya nilai saham

dapat meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian dan periode pengamatan. Peneliti mencoba adanya variabel kinerja keuangan yang di proksikan dengan rasio profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas yang mempengaruhi nilai perusahaan serta *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Penulis memilih perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitiannya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memilih judul **“Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018 ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018 ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.

2. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi berupa pemahaman serta dapat dipakai sebagai referensi perpustakaan untuk perbandingan terhadap objek penelitian yang sama tentang Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi manajer dalam upaya memaksimalkan nilai perusahaan sebagai tujuan perusahaan. Bagi investor dapat dijadikan referensi untuk melihat kondisi kinerja perusahaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga dapat membuat keputusan yang matang dalam melakukan investasi.