

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan dunia industri kini terus melaju pesat, seiringnya pertumbuhan dunia usaha ini membuat persaingan akan semakin ketat. Dalam mengatasi ini, perusahaan harus lebih efektif serta efisien dalam melaksanakan aktivitas operasinya guna memastikan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan tersebut. Hal ini dapat dicapai melalui tujuan perusahaan, yang umumnya untuk mengoptimalkan nilai perusahaan sebagai tujuan utama. Perusahaan berusaha dalam mengoptimalkan nilai perusahaan karena hal ini sangat berpengaruh pada perusahaan dalam meningkatkan kemakuran pemegang saham dan memungkinkan mereka ingin menanamkan modal di perusahaan (Haruman, 2008 dalam Saridewi *et al*, 2016).

Nilai perusahaan merupakan suatu standar pengukuran untuk melihat kondisi perusahaan apakah termasuk ke dalam golongan perusahaan yang baik atau tidak (Saridewi *et al*, 2016). Nilai perusahaan dapat diartikan menjadi nilai pasar sebab mampu menjadikan pemegang saham mengalami kemakmuran. Bila perusahaan mengalami peningkatan harga saham, perusahaan tersebut mampu memaksimalkan keuntungan pemegang sahamnya. Meningkatnya nilai perusahaan berarti kinerja pada perusahaan itu dapat dikatakan baik sehingga mampu memberikan kepercayaan investor terhadap prospek suatu perusahaan di masa mendatang (Zarlia dan Salim, 2014).

Pada riset ini, terdapat dua faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor pertama ialah profitabilitas yaitu keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan pada periode waktu tertentu (Aisyah, 2019). Semakin meningkatnya keuntungan dalam perusahaan maka semakin meningkat juga kemakmuran pemegang sahamnya sebagai pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memaksimalkan kinerja karyawan dan manajemennya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dalam rangka memaksimalkan keuntungan (Yuhani, Budhi, dan Marsud, 2016). Pernyataan ini selaras dengan riset Zarlina dan Salim (2014) dengan mengatakan profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Jadi dengan pernyataan tersebut dapat dikatakan ketika profitabilitas mengalami peningkatan maka dapat menyebabkan semakin meningkatnya nilai perusahaan, ini termasuk sinyal positif untuk investor dalam keputusan investasi (Husnan, 2001). Meningkatnya profitabilitas menunjukkan prospek suatu perusahaan tersebut baik, yang mampu mendorong para investor untuk berpartisipasi dalam permintaan saham yang terus meningkat. Peningkatan permintaan saham dapat menyebabkan peningkatan nilai perusahaan (Wibowo, 2012).

Faktor yang kedua ialah CSR. Pada saat perusahaan semakin berkembang memungkinkan akan terjadi ketimpangan sosial dan kerusakan wilayah sekitarnya, oleh sebab itu perlu adanya kesadaran untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin akan terjadi. Hal ini tentu saja akan merugikan pihak *stakeholders*, yang meliputi pelanggan, pegawai, pemerintah, masyarakat (Zarlina dan Salim 2014). Maka dari itu perusahaan perlu mengembangkan CSR. CSR

ialah faktor lain yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mengukur skala nilai perusahaan, artinya perusahaan memiliki tanggung jawab kepada masyarakat atau pihak terkait lainnya (Sumual dan Lestari, 2021). Tanggung jawab perusahaan meliputi *triple bottom lines* (3P) yaitu *profit*, *people* serta *planet*. Tujuan melakukan bisnis tidak cukup hanya memikirkan untuk mendapatkan keuntungan saja, tetapi perusahaan juga perlu memikirkan kesejahteraan masyarakatnya (*people*) dan dapat menjamin keberlangsungan hidup pada lingkungan sekitar (*planet*) (Zarlia dan Salim, 2014). Pernyataan ini selaras dengan riset Saridewi *et al* (2016) dengan mengungkapkan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada riset terdahulu Adelina (2014) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Dengan meningkatnya profitabilitas akan membuat meningkatnya nilai perusahaan dan juga meningkatkan kemakmuran pemegang sahamnya. Nilai perusahaan dapat dikatakan baik dilihat melalui kenaikan harga sahamnya. Semakin meningkatnya harga saham maka menunjukkan bahwa prospek perusahaan tersebut baik. Namun berbeda dengan riset Bagaskara, Titisari, dan Dewi (2021) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Dengan meningkatnya profitabilitas tidak selalu membuat nilai perusahaan itu baik, karena jika dilihat dari sisi modal ketika profitabilitas mengalami peningkatan tetapi dengan modal yang tinggi maka keuntungan yang didapatkan investor tidak maksimal. Sehingga profitabilitas tidak menjamin bahwa nilai perusahaan itu sudah baik.

Selain itu, terdapat hasil riset terdahulu mengenai CSR yang dilakukan oleh Dewi, Kadek Ria Citra dan Sanica (2017) bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tingginya pengungkapan CSR maka nilai perusahaan pun akan

meningkat juga, dan akan membuat investor tertarik dalam menanamkan modalnya yang membuat meningkatnya nilai perusahaan. Ini dikarenakan dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan, harus mempertimbangan terkait sosial dan lingkungan sekitarnya untuk memaksimalkan keuntungan dalam jangka panjang yang akan membuat meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini pun akan berpengaruh pada meningkatnya volume perdagangan saham perusahaan karena pengungkapan CSR perusahaan tersebut yang baik. Namun riset Dian dan Lidyah (2016) mengungkapkan bahwa CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Sebab terkadang pengungkapan CSR suatu perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat, yang membuat masyarakat tidak memberikan respon terhadap usaha yang dilakukan oleh perusahaan.

Pada riset ini, perusahaan sub sektor makanan dan minuman sebagai objek riset sebab perusahaan ini memiliki perkembangan cukup pesat di Indonesia dan termasuk ke dalam kebutuhan utama bagi masyarakat. Makanan dan minuman akan selalu menjadi kebutuhan yang utama walaupun terjadinya krisis sekalipun. Semakin tinggi tingkat konsumsinya, permintaan atas produksi makanan dan minuman pun akan semakin besar. Semakin besar permintaan produksi makanan dan minuman. Hal ini mampu memicu industri tersebut untuk meningkatkan produksinya dan perusahaan pun akan mengalami peningkatan keuntungan yang dapat menyebabkan kenaikan pada harga saham juga (Husnan, 2001).

Industri sub sektor makanan dan minuman termasuk ke dalam industri manufaktur unggul karena mampu menyalurkan kontribusi yang signifikan untuk perekonomian nasional. Kontribusi yang diberikan oleh industri makanan dan minuman yaitu mencapai 6,33% bersumber dari PDB pada pertengahan tahun

2018. Selain itu, terdapat industri kimia sejumlah 2,9%, komoditas logam, komputer, serta mesin sejumlah 2,08%, alat angkutan sejumlah 1,76%, dan tekstil serta pakaian jadi sejumlah 1,13%. Industri sub sektor makanan dan minuman juga memiliki pertumbuhan paling tinggi yaitu sejumlah 9%, sedangkan pada sektor lainnya seperti industri alat angkutan mengalami pertumbuhan sejumlah 3,8%, barang logam, komputer, barang elektronik, dan mesin sejumlah 3,4%, industri kimia sejumlah 2,6% dan tekstil serta pakaian jadi sejumlah 1,5% (Movanita, 2018).

Berdasarkan pembahasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Riset dapat digunakan untuk memahami status nilai perusahaan, sehingga investor mampu mengambil keputusan mengenai dampak profitabilitas serta CSR pada perusahaan tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan uraian tersebut, terdapat rumusan masalah pada riset ini yaitu

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019?
2. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap riset ini dapat berguna bagi semua pihak, antara lain:

1. Bagi Manajemen Perusahaan

Diharapkan mampu menjadi alat serta gambaran dalam memahami kemajuan perusahaan melalui nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan mampu mengetahui pentingnya nilai perusahaan beserta faktor yang mempengaruhinya, karena nilai perusahaan akan mempengaruhi citra perusahaan.

3. Bagi Investor

Diharapkan dapat menyeleksi perusahaan dengan memiliki nilai perusahaan yang baik untuk membuat keputusan investasi, dengan mempertimbangan berbagai faktor.

4. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menambah informasi dan referensi mengenai faktor-faktor terhadap nilai perusahaan.

5. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya mengenai pentingnya faktor-faktor terhadap nilai perusahaan.