

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada saat ini terjadi persaingan global yang menuntut perusahaan-perusahaan di negara berkembang agar dapat menunjukkan performa yang lebih baik dikarenakan perkembangan dalam dunia bisnis sekarang ini sangat pesat. Semakin meningkatnya persaingan bisnis di era globalisasi saat ini tidak terlepas dari berkembangnya lingkungan ekonomi, sosial politik, serta kemajuan teknologi. Umumnya suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Dalam jangka pendek tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba atas sumber dayanya sambil memaksimalkan nilai bisnis dalam jangka panjang. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak munculnya perusahaan-perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif yang baik (Kartika Dewi & Abundanti, 2019). Sehingga banyak perusahaan memiliki tujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaannya hingga pada titik maksimum supaya bisa mengundang investor untuk berinvestasi pada perusahaannya. Perkembangan ini dapat dilihat baik dari aspek kualitas produk maupun kinerja industri secara keseluruhan. Oleh sebab itu para investor beranggapan bahwa berinvestasi di pasar modal pada sektor manufaktur menjadi prospek yang bagus untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan dan dijadikan sebagai tambahan sumber modal.

Selain ketatnya persaingan yang muncul menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk-produk yang dimilikinya agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat. Dengan adanya persaingan yang ketat, membuat setiap perusahaan semakin berupaya memperbaiki kinerjanya untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan cara melakukan inovasi dan strategi bisnis agar terhindar dari kebangkrutan yang bisa dialami perusahaan (Kartika Dewi & Abundanti, 2019).

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan meningkatnya nilai perusahaan akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan di mata investor dan kreditur penting untuk diketahui karena akan memberikan sinyal positif dimata investor untuk menanamkan modal pada sebuah perusahaan, sedangkan bagi pihak kreditur nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar utangnya sehingga pihak kreditur tidak merasa khawatir dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut. Harga saham suatu perusahaan dapat menggambarkan nilai suatu perusahaan karena harga saham memiliki keterkaitan dengan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin baik nilai perusahaan (Jemani & Erawati, 2020).

Semua perusahaan yang terdaftar di BEI tentunya ingin harga saham yang dijual perusahaannya memiliki potensi harga tinggi dan menarik minat para investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Setiap perusahaan yang sudah go public tentunya ingin memperlihatkan kepada para investor bahwa perusahaan mereka salah satu alternative investasi yang tepat. Maka dari itu, manajemen keuangan yang efektif

sangat penting untuk kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan (Kolamban et al., 2020).

Dalam melakukan penelitian terhadap nilai perusahaan teori yang digunakan yaitu stakeholder theory dan signalling theory. Stakeholder theory merupakan semua pihak yang memiliki keterkaitan atau hubungan dengan masyarakat. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Kurangnya kepedulian terhadap stakeholder mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan (Prena et al., 2019). Sedangkan Signalling theory merupakan teori yang memberikan petunjuk bagi calon investor oleh perusahaan tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut adalah semua informasi tentang apa saja yang dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik didalam perusahaan tersebut. (Aviyanti & Isbanah, 2019).

**Tabel 1.1**

**Price to Book Value (PBV) di PT.Kimia Farma Tbk.**

Tahun	Harga Saham	BV	PBV
2015	Rp.870	Rp.370,29	Rp.2,35
2016	Rp.2750	Rp.408,97	Rp.6,73
2017	Rp.2700	Rp.463,19	Rp.5,83
2018	Rp.2600	Rp.746,54	Rp.3,49
2019	Rp.1250	Rp.1334,70	Rp.0,94

Sumber : BEI

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan PT Kimia Farma Tbk mengalami peningkatan secara terus menerus. Pada tahun 2015 PT

Kimia Farma Tbk berada pada titik Rp.370,29 per lembar saham, terjadi kenaikan pada tahun 2016 sebesar Rp.408,97 per lembar, terjadi kenaikan lagi pada tahun 2017 sebesar Rp.463,19 per lembar saham, pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan sebesar Rp.746,54 per lembar saham, dan pada tahun 2019 kembali mengalami kenaikan sebesar Rp.1334,70 per lembar saham.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya *leverage* (Wusono & Matusin, 2019). *Leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari hutang (Wusono & Matusin, 2019). Penggunaan hutang yang tinggi akan memberikan dampak negatif pada nilai perusahaan. Dengan tingginya *leverage* menunjukkan perusahaan tidak solvable yaitu menunjukkan persepsi negatif bagi investor, yang berdampak pada menurunnya nilai perusahaan. *Leverage* yang lebih besar pada perusahaan akan mendorong manajemen perusahaan untuk memulai kebijakan terhadap perubahan laba di masa yang akan datang sehingga berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Beberapa penelitian yang terkait dengan *leverage* terhadap nilai perusahaan yang pernah dilakukan. Menurut (Kartika Dewi & Abundanti, 2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi nilai *leverage* maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Keberadaan yang lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan yaitu *eco-efficiency* (Wusono & Matusin, 2019). Adanya harapan dari masyarakat terhadap perusahaan untuk lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar. Harapan-harapan yang berkembang dimasyarakat membangun perusahaan untuk mengambil inisiatif dalam proses bisnis untuk menyesuaikan diri dengan konsep *eco-efficiency*. Konsep ini merupakan efisiensi yang memasukkan aspek sumber daya alam dan energi atau suatu proses produksi yang meminimalisir penggunaan bahan baku, air, dan energi serta dampak lingkungan per unit produk (Wusono & Matusin, 2019). Pengurangan dampak lingkungan harusnya dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat.

Dalam penelitian ini, perusahaan dapat dikatakan *eco-efficiency* jika perusahaan tersebut mempunyai ISO 14001. Di Indonesia, ISO 14001 merupakan standar lingkungan yang bersifat sukarela pada peraturan lingkungan, maka dari itu tidak ada hukum untuk menerapkan ISO 14001. Penerapan ISO 14001 dapat menurunkan dampak terhadap lingkungan, mendorong efisiensi proses bisnis-bisnis perusahaan, meningkatkan daya saing perusahaan dan membangun citra positif perusahaan dimata pemerintah, pengusaha dan masyarakat (Wusono & Matusin, 2019).

Di Indonesia, kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 Tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam

wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan-perusahaan yang menerapkan strategi *eco-efficiency* dapat meningkatkan keuntungan nilai perusahaan yang lebih tinggi dari perusahaan yang tidak menerapkan strategi *eco-efficiency*.

Dampak dari penerapan *eco-efficiency* ini akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan mengalami penurunan ketika perusahaan tidak memperhatikan dampak dari kegiatan perusahaan, sebaliknya nilai perusahaan akan mengalami kenaikan ketika perusahaan menjaga lingkungan (Aviyanti & Isbanah, 2019). Penerapan *eco-efficiency* juga dapat mengurangi dampak lingkungan per unit produk yang diproduksi dan dikonsumsi sehingga dapat mencapai keuntungan karena mempunyai daya saing dengan cara mengurangi sumber daya yang diperlukan bagi terbentuknya produk serta pelayanan yang lebih baik (Mubin et al., 2018).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa masih sedikit perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang belum menerapkan konsep *eco-efficiency* sebab perusahaan memfokuskan terhadap dukungan dan kepercayaan dari pihak eksternal agar mendapatkan nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Adapun profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian ini karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan faktor lainnya dengan nilai perusahaan. Profitabilitas adalah hasil bersih dari rangkaian kebijakan dan keputusan yang dapat

diterapkan dengan tolak ukur yaitu rasio keuangan sebagai salah satu faktor dalam menganalisa kondisi keuangan dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan (Wusono & Matusin, 2019). Semakin baik tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan kinerja yang semakin baik pula sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu ditemukannya bukti bahwa profitabilitas dapat digunakan sebagai variabel moderasi yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif interaksi *leverage* dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh *Leverage* dan *Eco-Efficiency* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *leverage* dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan.
2. Kurang optimalnya konsep *eco-efficiency* dalam perusahaan.
3. Kurangnya kesadaran perusahaan menjaga lingkungan perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam dan tanggung jawab.

4. Nilai perusahaan akan mengalami penurunan ketika perusahaan tidak memperhatikan dampak dari kegiatan perusahaan, sebaliknya nilai perusahaan akan mengalami kenaikan ketika perusahaan menjaga lingkungan.
5. Semakin besar *leverage* yang digunakan dalam perusahaan akan mendorong perusahaan untuk merubah laba di masa yang akan datang
6. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin baik pula kinerja perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan
7. Variabel dalam penelitian ini adalah *leverage*, *eco-efficiency*, nilai perusahaan dan profitabilitas.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penulis memberikan batasan penelitian agar tujuan dari pembahasan dapat lebih terarah sarannya, maka peneliti membatasi objek penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019, dengan variabel independen *leverage* dan *eco-efficiency* serta nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan hasil uraian dalam latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:



1. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
2. Bagaimana pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
3. Bagaimana pengaruh *leverage* dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
4. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
5. Bagaimana pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?

## **1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
2. Untuk menganalisis pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
3. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
4. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
5. Untuk menganalisis pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan akan diperoleh informasi yang akurat dan relevan yang dapat digunakan oleh :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan pemberian wawasan, menambah

pengetahuan penulis mengenai teori dalam konsep *leverage* dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

## 2. Bagi Perusahaan

Penulisan hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi pihak perusahaan dan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan mengenai *leverage* dan *eco-efficiency* yang diperkuat dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

## 3. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan bacaan dan sebagai panduan untuk penelitian selanjutnya dan dapat memberikan pengetahuan sebagai bahan referensi untuk mengkaji hal yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini.