

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada akhir tahun berjalan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan sebaliknya semakin rendah harga saham maka nilai perusahaan juga rendah atau kinerja perusahaan kurang baik. Nilai perusahaan di ukur dengan *price to book value* (PBV) yaitu rasio yang mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan harga saham per lembar saham.

Nilai perusahaan adalah nilai yang berkembang untuk pemegang saham, nilai perusahaan akan tercermin dalam harga pasar sahamnya. Nilai perusahaan dapat memberikan kekayaan pemegang saham secara maksimal jika harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham akan menghasilkan kekayaan pada pemegang saham.

Perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman uang

Untuk mencapai tujuan meningkatkan nilai perusahaan maka dibutuhkan lah seorang manajer yang mampu untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat. Salah satu keputusan keuangan yang harus diambil oleh seorang manajer adalah keputusan investasi. Keputusan investasi sangat penting karena akan mempengaruhi keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Menurut (Bela, 2019), menyatakan bahwa keputusan investasi menyangkut tindakan mengeluarkan dana saat sekarang sehingga diharapkan mendapatkan arus kas di masa yang akan datang dengan jumlah yang lebih besar dari dana yang dikeluarkan pada saat sekarang sehingga harapan perusahaan untuk selalu berkembang akan semakin terencana. Jika perusahaan mampu menciptakan keputusan investasi yang tepat maka aset perusahaan akan menghasilkan kinerja yang optimal sehingga memberikan sinyal positif bagi investor yang nantinya akan meningkatkan harga saham dan menaikkan nilai perusahaan. Harga saham sebagai representasi dari nilai perusahaan dapat ditentukan oleh tiga faktor yaitu faktor internal perusahaan, eksternal perusahaan, dan teknikal. Faktor internal dan eksternal merupakan faktor yang sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh para investor di pasar modal. Sedangkan faktor teknikal lebih bersifat teknikal, teknis, dan psikologis, seperti volume perdagangan saham, nilai transaksi perdagangan saham, dan kecenderungan naik turunnya harga saham.

Dalam penelitian ini menekankan pada faktor internal perusahaan yang sering dipandang sebagai faktor penting untuk menentuka harga saham. Faktor internal perusahaan dalam analisis pasar modal sering disebut dengan faktor fundamental perusahaan. Faktor ini bersifat *controllable* sehingga dapat dikendalikan perusahaan. Fungsi keuangan merupakan salah satu fungsi penting dalam kegiatan perusahaan dan mempunyai pengaruh cukup besar terhadap nilai perusahaan. Investasi modal merupakan salah satu aspek utama dalam keputusan investasi selain penentuan komposisi aktiva. Bagi beberapa perusahaan, aktivitas

investasi merupakan unsur penting dari operasi perusahaan dan penilaian kinerja perusahaan mungkin seberapa besar, atau seharusnya bergantung pada hasil yang dilaporkan dalam bagian ini.

Keputusan lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah keputusan pendanaan. Keputusan pendanaan merupakan sebuah keputusan yang penting untuk kelangsungan perusahaan. Perusahaan memerlukan pendanaan untuk menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Menurut **(Bela, 2019)** menyatakan keputusan pendanaan perusahaan menyangkut keputusan tentang bentuk dan komposisi pendanaan yang akan digunakan oleh perusahaan. Secara umum sumber dana perusahaan ada yang berasal dari dalam perusahaan (*internal financing*) seperti laba ditahan dan dari luar perusahaan (*external financing*) seperti hutang dan modal sendiri. Struktur modal merupakan campuran antara hutang jangka panjang dan pembiayaan ekuitas. Pendanaan perusahaan dengan hutang memiliki dua manfaat, yaitu mengurangi pajak (*tax deductible*) dan memberikan keuntungan untuk para pemegang saham karena tidak perlu membagi keuntungannya untuk mengembalikan hutang apabila bisnis berjalan dengan baik. Namun, pendanaan dengan hutang juga memiliki kekurangan yaitu, dapat meningkatkan risiko perusahaan saat penggunaan hutang juga meningkat, dan menyebabkan kebangkrutan saat perusahaan mengalami kerugian dan pendapatan perusahaan tidak dapat menutup beban bunga. Atas dasar kelebihan dan kekurangan pendanaan dengan hutang tersebut, perusahaan harus menentukan pendanaan yang tepat dan disesuaikan dengan kondisi perusahaan.

Dalam rangka untuk memberikan sinyal positif kepada para investor, perusahaan *Go Public* akan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui perbaikan kinerja perusahaan. Telah banyak penelitian yang dilakukan terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Umumnya, faktor keuangan merupakan faktor yang paling sering digunakan untuk menjelaskan mengenai bagaimana pengaruhnya pada nilai perusahaan. Faktor keuangan tersebut seperti profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Selain faktor keuangan tersebut, ada juga faktor non keuangan yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Berikut adalah fenomena yang terjadi pada beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) yang dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1

Perkembangan nilai perusahaan (PBV) pada beberapa sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2020

Kode Perusahaan	Nilai Perusahaan (PBV)				
	2016	2017	2018	2019	2020
INAI	0.53	0.82	0.89	0.90	0.97
LION	1.20	1.16	0.87	0.76	0.73
SMGR	2.46	1.91	1.93	2.15	2.37

Sumber : (www.idx.co.id, 2021)

Keterangan yang ada pada tabel dapat disimpulkan bahwa pergerakan dari beberapa perusahaan dengan nilai perusahaan yang mengalami peningkatan dan penurunan atau disebut juga dengan fluktuasi di berbagai periode tercatat. Pada

perusahaan di beberapa tahun tercatat pada umumnya nilai perusahaannya yang mengalami peningkatan. di tahun 2016-2020 yaitu PT. Indal Aluminium Industry, Tbk (INAI). Sedangkan PT. Lion Metal Work, Tbk (LION) mengalami penurunan dari tahun 2016-2020. Penurunan juga terjadi di beberapa perusahaan tetapi tidak selalu mengalami penurunan setiap tahunnya, ada juga yang mengalami peningkatan pada perusahaan tersebut.

Fenomena lainnya yaitu naik turunnya harga saham yang dialami oleh perusahaan dalam pasar modal menjadi fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Adapun perusahaan yang turut ikut mengalami fluktuasi harga saham yaitu perusahaan manufaktur yang terjadi pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA). Selama kurun waktu 2015 hingga 2017, harga saham AISA menunjukkan tren negatif yang cukup signifikan. Pertengahan tahun 2015, saham AISA turun dari harga tertingginya yaitu 2,215 menjadi 1,120 saat penutupan akhir 2015. Hingga pertengahan Januari 2016 saham AISA masih terkoreksi yaitu anjlok dari 9,25% turun menjadi 9,22% atau Rp 935 per saham (Kontan.co.id, 2016). Kemudian April 2017 menjadi masa terburuk bagi PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, dimana saham AISA terperosok sangat dalam sebesar 92,8% dari Rp 2,360 menjadi Rp168 per lembar dalam waktu setahun (**alinea.id,2018**).

Perusahaan Salim Group yang bergerak di bisnis sektor barang konsumsi yang diperkirakan memiliki prospek bagus. Beberapa tahun terakhir Salim Group menambah asset lewat akuisisi saham dan ekspansi bisnis. Pada tahun 2014 Holding usaha yang Salim Group, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) memperoleh penjualan bersih Rp63,59 triliun naik 14,3 persen dibandingkan

penjualan 2013. Pencapaian menghasilkan laba bersih 3,89 triliun naik 55,2 persen dari tahun 2013. Kemampuan perusahaan dalam menjaga labanya memberikan sinyal positif terhadap nilai perusahaannya. Menurut analisis investasi Group Salim dan Astra sangat likuid sehingga menarik untuk investasi jangka panjang. Selain itu pada Tahun 2018 Salim Group juga mengendeng Madco untuk akusisi 60 persen saham Hyflux Ltd dari Singapura. Perusahaan mengambil pendekatan jangka panjang untuk menambah nilai perusahaan di mata investor. **(Damayanthi, 2019).**

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai dari suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh manajemen laba, struktur modal dan profitabilitas serta kebijakan deviden. Laba perusahaan dapat ditingkatkan apabila manajer keuangan dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap profitabilitas adalah struktur modal dan *leverage*. Struktur modal merupakan bauran pendanaan hutang jangka panjang dan ekuitas. *Leverage* merupakan dana pinjaman yang dapat digunakan untuk meningkatkan profit perusahaan. Penggunaan *leverage* merupakan salah satu keputusan penting bagi manajer sebagai pendanaan dalam rangka untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan **(Rizky, 2019).**

Penelitian terdahulu dilakukan oleh **(Singh et al., 2017).**”**Impact of corporate social responsibility dimensions on firm value.**” Menggunakan data penilaian CSR independen pada sampel perusahaan besar Cina daratan dan Hong

Kong yang terdaftar di Bursa Efek Hong Kong, mengevaluasi dampak enam dimensi CSR pada nilai pasar saham yang disesuaikan perusahaan selama periode tiga tahun. Hasil penelitian menemukan adanya dukungan untuk pengaruh hanya dua dari enam dimensi yang dipertimbangkan, yaitu, praktik dan inisiatif CSR berfokus pada investasi masyarakat melalui filantropi dan, pada tingkat lebih rendah, praktik dan inisiatif CSR berfokus pada peningkatan kualitas tempat kerja, menjadi pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh **(Orbaningsih et al.,2017). "Corporate social responsibility disclosure, firm value, and product market competition."**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap persaingan pasar produk, pengaruh persaingan pasar produk terhadap nilai perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan, dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh persaingan pasar produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap persaingan pasar produk, persaingan pasar produk berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh persaingan pasar produk.

Penelitian Terdahulu dilakukan oleh **(Pradana,2021). "Effect of Leverage, Growth, Firm Size, Dividend Policy, and Interest Rate on Company Value."**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Leverage, Pertumbuhan,

Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Tingkat Bunga terhadap nilai perusahaan perusahaan sub sektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan 2014-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Leverage dan Suku Bunga berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Kebijakan Pertumbuhan dan Dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh **(Katsiaryna Salavei Bardos, Mine Ertugrul, Lucia Silva Gao,2020).**"Corporate social responsibility, product market perception and corporate value". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) digunakan untuk sinyal kualitas produk dan apakah CSR mempengaruhi nilai perusahaan melalui efek positif pada persepsi pasar produk. Hasil penelitian ini adalah Pertama,dengan menggunakan database kepemilikan ditemukan bahwa CSR yang terlihat, seperti keterlibatan lingkungan dan masyarakat, berdampak positif pada persepsi pasar produk, terutama untuk barang-barang terstandarisasi dan dalam industri yang kompetitif, dan bahwa dampak ini lebih menonjol pada atribut kualitas produk. Kedua,bahwa CSR secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan persepsi pasar produk. Dengan temuan diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi pasar produk adalah saluran di mana CSR menciptakan nilai perusahaan

Penelitian terdahulu dilakukan oleh **(Rahmazaniati,2019).**"Pengaruh Profitabilitas dan Financial Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada

Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan financial leverage terhadap nilai perusahaan. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk dalam indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI selama 5 tahun (2009-2013). Pemilihan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling, dan diperoleh sebanyak 16 perusahaan. Data di proses dengan menggunakan balanced panel data. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah path analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan financial leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh (Citra et al., 2020). **“Pengaruh Leverage, Working Capital Turnover, Kebijakan Dividen, dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh leverage, working capital turnover, kebijakan dividen, dan price earning ratio terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini adalah Secara parsial leverage, working capital turnover tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Secara parsial kebijakan dividen price earning ratio berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Secara simultan leverage, working capital turnover, kebijakan dividen dan price earning ratio berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Dahlan, 2018) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Financial Leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Hariani, 2017) yang menyatakan

bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh **(Hidayat, 2017)** yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Financial Leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh **(Siswati, 2019)** yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Financial Leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh **(Utami & Darmayanti, 2018)** yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Financial Leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh **(Gayatri & Mustanda, 2019)** bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Financial Leverage* memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian **(Hariani, 2017)** pada Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode pengamatan 2013-2016 yang berjudul "Pengaruh Corporate social responsibility dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa corporate social responsibility dan leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dalam hal ini terdapat perbedaannya yang dilakukan oleh peneliti yaitu dari segi variabelnya menggunakan Kinerja Keuangan sebagai variabel Intervening dan dari segi objek penelitiannya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis ingin menganalisis sistem akuntansi pada lembaga ini, apakah telah berjalan dengan efektif guna dijadikan sebagai alat untuk mengukur kinerja keuangan, maka penulis mengambil judul skripsi **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *FINANCIAL LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka dapat di identifikasikan masalah-masalah yang timbul yaitu :

1. Mengidentifikasi masih banyak perusahaan yang mengabaikan kepentingan pemegang saham sehingga terjadinya penurunan nilai perusahaan
2. Mengidentifikasi kurangnya perhatian dan strategi perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaan
3. Mengidentifikasi masih banyaknya perusahaan yang belum mampu untuk memaksimalkan kinerja keuangan suatu perusahaan
4. Mengidentifikasi masih banyak perusahaan yang belum mampu memaksimalkan corporate social responsibility dengan tepat
5. Mengidentifikasi kesalahan dalam menentukan struktur modal akan berdampak luas terhadap nilai perusahaan
6. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020

7. Mengidentifikasi *Intellectual Capital* yang dimiliki belum mampu memberikan hasil yang maksimal.
8. Mengidentifikasi apakah nilai perusahaan mampu mempengaruhi keputusan investasi para investor

1.3. Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan *Corporate Social Responsibility* (X_1) dan *Financial Leverage* (X_2) sebagai variabel bebas, kemudian Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel terikat dan Kinerja Keuangan (Z) sebagai variabel intervening pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh *Financial Leverage* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia ?
4. Bagaimana pengaruh *Financial Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia ?
5. Bagaimana pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia ?

6. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia melalui Kinerja Keuangan ?
7. Bagaimana pengaruh *Financial Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia melalui Kinerja Keuangan ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Leverage* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia melalui Kinerja Keuangan.

7. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia melalui Kinerja Keuangan.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah ini.

1. Bagi Peneliti

Sebagai implementasi ilmu Manajemen Keuangan yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

2. Bagi Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia

Sebagai bahan pertimbangan untuk Perusahaan Manufaktur dalam melakukan pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.

4. Bagi Akademis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi bahan penelitian selanjutnya dalam menambah penelitian akademik sehingga berguna untuk pengembangan ilmu, khususnya dibidang manajemen keuangan.