

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan tergambar dari harga saham perusahaan bersangkutan. Euis dan Taswan (2002) menyatakan bahwa semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Nofrita, 2013).

Menurut Husnan (2014:7) nilai perusahaan merupakan harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan berperan dalam memaksimalkan pemegang saham jika terjadi kenaikan harga saham. Semakin meningkatnya harga saham suatu perusahaan, maka kemakmuran pemegang saham juga akan meningkat (Widanaputra, dkk, 2018). Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to book value*. Brigham dan Houston (2011:152)

menyatakan bahwa *price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya.

Perusahaan saat ini telah banyak mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jumlah perusahaan yang banyak akan membuat investor dihadapkan pada banyak pilihan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Investor berpandangan peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan. Apabila seorang investor sudah memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan maka investor tersebut akan tertarik untuk berinvestasi sehingga hal ini membuat harga saham perusahaan mengalami peningkatan (Pradnyandari dan Astika, 2019).

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi. Sektor industri barang konsumsi merupakan sektor yang sangat strategis karena mendukung ketahanan pangan dan memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pembentukan pendapatan domestik bruto, penyerapan tenaga kerja, maupun dalam perolehan devisa (Pradnyandari dan Astika, 2019). Analisis menyebut saham sektor barang konsumsi adalah sektor yang mampu bertahan saat resesi dan krisis. Pandemi virus corona dan imbauan untuk berkegiatan dari rumah menyebabkan konsumsi barang masyarakat meningkat. Hal ini menyebabkan indeks sektor konsumsi merupakan salah satu indeks yang memiliki penurunan paling rendah dibandingkan dengan indeks sektor lain (Bisnis Indonesia, 2020).

Namun fenomena mengenai kesulitan keuangan yang menyebabkan sektor industri barang konsumsi menjadi tidak sehat. Edwin Kosasih (2018), selaku Sekretaris PT. Tri Banyan Tirta Tbk mengatakan bahwa adanya perlambatan ekonomi domestik yang menyebabkan terjadinya pelemahan daya beli konsumen, sehingga kinerja PT. Tri Banyan Tirta Tbk terkena dampaknya. Tahun 2018, kerugian yang diperoleh perusahaan sebesar Rp 13,41 miliar. Padahal tahun sebelumnya angka kerugian hanya Rp 2,13 miliar. Kenaikan secara signifikan disebabkan oleh persaingan yang cukup ketat di industri air minum, sehingga kondisi perusahaan menjadi memburuk dan berakibat pada anjloknya keuangan perusahaan. Saat perusahaan mengalami kerugian, pendapatan perusahaan mengalami penurunan, tetapi beban usaha mengalami peningkatan. Pihak manajemen perusahaan harus menekan beban pokok penjualannya menjadi Rp 52,70 miliar dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 43,39 miliar. Kerugian yang terjadi juga berpengaruh pada aset dan liabilitas perusahaan, di mana liabilitas tahun 2018 naik sebesar Rp 700,72 miliar dibandingkan dengan tahun lalu Rp 690,099 miliar, sedangkan aset mengalami penurunan sebesar Rp 1,106 triliun dibandingkan dengan tahun lalu Rp 1,09 triliun.

Tinggi rendahnya nilai perusahaan di pengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan investor dalam berinvestasi (Vernando dan Erawati, 2020). Faktor-faktor tersebut salah satunya adalah profitabilitas. Menurut Husnan (2014:105) profitabilitas merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan

kinerja perusahaan. Apabila profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka akan menunjukkan perusahaan bekerja secara efisien dan efektif dalam mengelola kekayaan perusahaan dalam memperoleh laba setiap periodenya (Horne dan Wachowicz, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Ali dan Faroji (2021) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa peningkatan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriyani (2017) menemukan hasil bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian oleh Savitri, dkk (2021) menemukan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif tiap pilar (Putra, 2015). *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan, karena kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat (Fitrianti, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Rahmantari (2021) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mansaray, *et al.* (2017) menemukan hasil penelitian bahwa

Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Mustofa (2021) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Risiko sistematis juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Tandelilin (2010:104) risiko sistematis atau dikenal dengan risiko pasar adalah risiko yang berkaitan dengan perubahan yang terjadi di pasar secara keseluruhan. Perubahan pasar yang terjadi akan mempengaruhi volatilitas *return* suatu investasi dalam suatu periode waktu tertentu. Meningkatnya risiko sistematis suatu saham akan menambah minat investor untuk berinvestasi karena investor berfikir bahwa risiko pasar yang tinggi akan memberikan *return* yang tinggi pula kepada para investor (Tandelilin, 2010:104). Penelitian yang dilakukan oleh Putri *et al.*, (2019) dan Repi *et al.*, (2016) menyatakan bahwa risiko sistematis berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin berisiko suatu investasi semakin tinggi pula harga saham perusahaan dan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan tersebut. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dinasari (2020) dan Herawaty (2020) menemukan bahwa risiko sistematis berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian oleh Listihayana dan Astuti (2020) menemukan hasil penelitian bahwa risiko sistematis tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain risiko sistematis, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Menurut Riyanto (2011:313) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar yang dimiliki perusahaan. *Firm size* dihitung dari Ln total aset. Semakin besar nilai yang dihasilkan maka

perusahaan mempunyai prospek yang baik. Perusahaan yang mempunyai prospek baik dalam jangka waktu yang lama akan menyebabkan saham perusahaan tetap menarik bagi investor sehingga harga saham relatif tinggi dan stabil (Hidayat, 2001). Penelitian yang dilakukan oleh Vernando dan Erawati (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ukhriyawati dan Dewi (2019) menemukan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Savitri, dkk (2021) menemukan hasil penelitian bahwa risiko sistematis tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan juga diindikasikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Harahap (2018:309) pertumbuhan perusahaan merupakan selisih antara penjualan periode tahun ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun pihak eksternal, karena pertumbuhan perusahaan yang baik dapat memberikan sinyal positif terhadap perkembangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan total aktiva yang besar akan lebih mudah untuk mendapatkan perhatian dari pihak investor maupun kreditor karena mencerminkan perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Husna dan Rahayu (2020) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan

semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka nilai perusahaan semakin meningkat. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendraliany (2019) menemukan hasil bahwa pertumbuhan mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggara (2019) menemukan hasil bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan masih adanya inkonsistensi maka peneliti tertarik kembali untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, Risiko Sistematis, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelien ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021?
- 2) Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021?
- 3) Apakah risiko sistematis berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021?

- 4) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021?
- 5) Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh risiko sistematis terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021.

- 5) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi terutama pada bidang keuangan dan memberikan tambahan bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas, *corporate social responsibility*, risiko sistematis, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi, informasi, dan wawasan bagi pihak internal dan eksternal perusahaan.

2) Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi langsung kepada para pengguna laporan keuangan dalam melihat nilai perusahaan khususnya pada perusahaan sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. Penelitian ini juga diharapkan menjadi pedoman bagi perusahaan publik dalam mengevaluasi nilai perusahaan sehingga dapat memberikan informasi bagi para pemangku kebijakan baik di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Signal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Bringham dan Houston (2011:36) menyatakan bahwa sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi para investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan modal baru dengan cara-cara lain seperti dengan menggunakan hutang.

Menurut Connelly *et al.*, (2011), *signal theory* atau teori pensinyalan berguna untuk menggambarkan perilaku ketika dua pihak (individu atau organisasi) memiliki akses ke informasi yang berbeda. Biasanya, satu pihak, pengirim, harus memilih apakah dan bagaimana berkomunikasi (atau memberi sinyal) informasi itu, dan pihak lain, penerima, harus memilih cara menafsirkan sinyal. Teori pensinyalan memegang posisi yang menonjol dalam berbagai literatur manajemen, termasuk manajemen strategis, kewirausahaan, dan manajemen sumber daya manusia.

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak

luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Bringham dan Houston, 2011:37).

Signal theory membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri yaitu memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan yang akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang (Ningrum & Asandimitra, 2017). Penyajian informasi yang dapat dipercaya akan membuat pihak eksternal semakin percaya dan mengetahui prospek atau karir perusahaan di masa yang akan datang, serta penggunaan dana mereka dapat diketahui dan dirasakan manfaatnya (Ningrum & Asandimitra, 2017).

Hubungan *signaling theory* dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik dapat menjadi signal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi signal negatif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan

dihindari investor karena investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2015:233) nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Menurut Husnan dan Pudjiastuti, (2014:201), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Gitman (2015:352) nilai perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Keown, *et al*, 2015:555). Berdasarkan definisi diatas nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun dari perusahaan tersebut didirikan.

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to book value*. Rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan atau price book value (PBV), menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV yang tinggi mencerminkan harga saham yang tinggi dibandingkan nilai buku perlembar saham. Semakin tinggi harga saham, semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Keberhasilan perusahaan menciptakan nilai tersebut tentunya memberikan harapan kepada pemegang saham berupa keuntungan yang lebih besar pula (Sartono, 2015:6)

2.1.3 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016:196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan (Sudarmadji dan Sularto, 2015). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik dan pengawasan berjalan dengan baik, sedangkan dengan tingkat profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa kinerja perusahaan kurang baik, dan kinerja manajemen tampak buruk dimata *principal*. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas *asset* dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Semakin tinggi rasio yang diperoleh maka semakin efisien manajemen asset perusahaan.

Penelitian ini menggunakan salah satu dari proksi untuk mengukur kinerja keuangan, yaitu *Return on Total Assets* (ROA) karena *Return on Total Assets* (ROA) dapat diperbandingkan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui posisi perusahaan terhadap industri sebagai salah satu

langkah dalam perencanaan strategi, berguna untuk kepentingan kontrol, dan jika perusahaan telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik maka dengan analisis *Return on Total Assets* (ROA) dapat diukur efisiensi penggunaan modal menyeluruh yang sensitif terhadap setiap hal yang memengaruhi keadaan keuangan perusahaan (Munawir, 2001:91-92). Selain itu, keunggulan *Return on Total Assets* (ROA) menurut Halim dan Supomo (2001:151) yaitu perhatian manajemen dititik beratkan pada maksimalisasi laba atas modal yang diinvestasikan. *Return on Total Assets* (ROA) digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya. *Return on Total Assets* (ROA) menyajikan perbandingan berbagai macam prestasi antar divisi secara objektif, dan analisa *Return on Total Assets* (ROA) digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produksi yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan (Fahmi, 2014:81). Tanggung jawab dimulai dari keinginan perusahaan untuk dapat *sustainable* beroperasi lebih lama, mengikuti kemajuan yang ada dan dapat terus bertahan dalam bisnis selama beberapa dekade (Mardikanto, 2014:93). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen bisnis yang berperan dalam pembangunan ekonomi yang aktivitasnya berkaitan langsung dengan masyarakat dan lingkungan, guna menyetarakan hubungan antara *Corporate Social*

Responsibility (CSR) dengan pembangunan berkelanjutan, kesejahteraan masyarakat, dan para pemangku kepentingan.

Dasar hukum yang mengatur tanggung jawab sosial sesuai amanat Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47/2012 tentang tanggung jawab sosial Perseroan Terbatas (bersifat wajib), serta merumuskan dan melaksanakan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) (bersifat sukarela) secara sungguh-sungguh dan konsisten merupakan kewajiban yang tersusun dalam regulasi, sehingga termanajemen dengan sempurna. Korporasi bisnis harus memperhatikan lingkungan di mana ia berdiri, harus memberdayakan segala hal yang ada di sekitar, memperhatikan kesejahteraan masyarakat sebagai bentuk kesadaran moral usaha, juga tidak melupakan siapa saja yang turut berada di dalamnya (karyawan, keluarga karyawan, dan para kolega) (Putra, 2015). Segala hal dalam bentuk apapun yang dilakukan perusahaan demi kesejahteraan bersama tentunya akan mendapatkan apresiasi dari para pemangku kepentingan yang diharapkan akan membawa dampak dalam jangka panjang.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan menjadi tindakan yang wajib diterapkan sebagai bentuk kontribusi kepada para pemangku kepentingan. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini dilakukan dengan mengukur setiap elemen pengungkapan yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan atau *annual report* sesuai dengan kategori G4-*Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu 91 pengungkapan *item Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari tiga (3) kategori pengungkapan

yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial. Rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan membagi jumlah total pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan skor maksimal pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Jika perusahaan tidak mengungkapkan *item* pada daftar pertanyaan, maka diberikan skor 0 (nol), dan jika perusahaan mengungkapkan *item* pada daftar pertanyaan maka diberikan skor 1 (satu) pada daftar item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2.1.5 Risiko Sistematis

Investor selalu menghadapi dua masalah didalam berinvestasi yaitu return dan risiko mempunyai dua komponen yang tidak dapat dihindari dari investasi. Return dan risiko mempunyai hubungan yang positif (Jogiyanto, 2003:440). Semakin tinggi risiko, maka semakin tinggi pula *expected returnnya*, begitu pula sebaliknya. Oleh sebab itu dalam membuat investasi, investor akan selalu mencari portofolio optimum yang menawarkan *expected return maximal* pada tingkat risiko tertentu dengan risiko yang maximum. Risiko sering kali disinonimkan dengan ketidakpastian karena risiko sering mengacu pada adanya variasi nilai antara yang diperkirakan dengan nilai yang diobservasi (Hidayat, 2001). Menurut Husnan (2014:11) risiko dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu:

- 1) Risiko sistematis (*Systematic Risk*) adalah risiko selalu ada dan tidak bisa dihilangkan dengan diversifikasi. *Systematic Risk* sering disebut dengan *market risk* karena fluktuasi risiko ini disebabkan oleh karena faktor kondisi perekonomian, kebijakan pajak dan kondisi sosial politik.
- 2) Risiko tidak sistematis (*Unsystematic Risk*) adalah risiko yang dapat dihilangkan dengan diversifikasi. *Unsystematic Risk* dapat dihindari

dengan cara melakukan diversifikasi atas portofolio yang dimiliki oleh investor.

Tandelilin (2015:104) mendefinisikan risiko sistematis atau dikenal dengan risiko pasar adalah risiko yang berkaitan dengan perubahan yang terjadi di pasar secara keseluruhan. Perubahan pasar yang terjadi akan mempengaruhi volatilitas return suatu investasi dalam suatu periode waktu tertentu. Risiko sistematis atau *systematic risk* adalah suatu jenis risiko yang bersifat eksternal atau tidak dapat dikendalikan oleh suatu korporasi (perusahaan), dengan kata lain, risiko ini disebut juga sebagai risiko pasar (Dinasari dan Herawaty, 2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi risiko sistematis sebuah perusahaan meliputi: perang, resesi, inflasi, perubahan kurs, dan suku bunga yang tinggi. Dalam penelitian ini risiko sistematis diproksikan menggunakan koefisien *beta*. Menurut Jogiyanto (2017:464), *beta* merupakan suatu pengukur volatilitas *return* suatu sekuritas atau *return* portofolio terhadap return pasar.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain: total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapasitas pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu (Seftianne dan Handayani, 2011). Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat.

Perusahaan besar mempunyai insentif yang cukup besar untuk melakukan manajemen laba, karena salah satu alasan utamanya adalah perusahaan besar harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya. Hal ini mendorong manajemen untuk dapat memenuhi harapan investor tersebut sehingga kecenderungan manajemen melakukan manajemen laba semakin besar (Widyastuti, 2009).

Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar (Sudarmadji dan Sularto, 2015). Penelitian ini, ukuran perusahaan dihitung dengan menjumlah total asset atau total aktiva perusahaan. Total aset perusahaan selanjutnya akan diproksikan dengan menggunakan *natural log* ($\ln$) total asset. Penggunaan $\ln$ bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Menggunakan $\ln$, nilai miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dan nilai aset sebenarnya.

2.1.7 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Pertumbuhan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Machfoedz, 1996:108). Menurut Harahap (2018:309) pertumbuhan perusahaan merupakan selisih antara penjualan periode tahun ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Menurut Nurhasanah (2016:17), pertumbuhan perusahaan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aktiva dimana pertumbuhan masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang dan pertumbuhan yang

akan datang. *Growth* adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan aktiva dihitung sebagai presentase perubahan aktiva pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya. Berdasarkan definisi di atas dapat dijelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan perubahan total aktiva baik berupa peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh perusahaan selama satu periode (satu tahun).

Tingkat pertumbuhan perusahaan yang semakin cepat mengakibatkan makin besar kebutuhan dana untuk waktu mendatang untuk membiayai pertumbuhannya. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat akan lebih memilih melakukan investasi dibandingkan membagikan dividen, sehingga laba yang diperoleh perusahaan akan dialokasikan sebagai laba ditahan untuk membiayai investasi yang berguna bagi perusahaan di masa yang akan mendatang. Pengukuran pertumbuhan perusahaan dengan melihat total aktiva (total aset) dan penjualan. Perubahan dalam peningkatan total aset dan penjualan perusahaan tiap periodenya menyebabkan perusahaan membutuhkan dana yang besar. Karena kebutuhan dana yang semakin besar maka perusahaan cenderung menahan sebagian besar pendapatnya. Pertumbuhan penjualan adalah komponen untuk menilai prospek perusahaan dimasa depan dan diukur dengan perubahan total penjualan perusahaan. Penelitian ini memproksikan Pertumbuhan perusahaan dengan *Growth*. *Growth* dapat diukur dari penjualan pada tahun penelitian dikurangi penjualan pada tahun sebelumnya kemudian dibagi penjualan pada tahun sebelumnya.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Adapun penelitian yang terkait dengan penelitian ini yaitu:

- 1) Suryandani (2018) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor *Property* dan *Real Estate*”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan keputusan investasi, dengan variabel dependen nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, kemudian variabel ukuran perusahaan dan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan variabel pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan keputusan investasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2) Ukhriyawati dan Dewi (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan, dengan variabel dependen nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

- 3) Mandjar (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Modal Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, likuiditas, struktur modal dan struktur kepemilikan, dengan variabel dependen nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah uji analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan, likuiditas, struktur modal, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 4) Anggara (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq 45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah struktur modal dan pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas, dengan variabel dependen nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 5) Robiyanto, dkk (2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan Dan Pariwisata

Melalui Struktur Modal Sebagai Variabel *Intervening*". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, dengan variabel dependen nilai perusahaan dan struktur modal sebagai variabel *intervening*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi panel. Hasil Penelitian ini menemukan bahwa ROE dan ROA berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, ROE dan ROA berpengaruh negatif pada struktur modal, DER berpengaruh positif pada nilai perusahaan, struktur modal memiliki efek negatif dalam memediasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

- 6) Atmikasari, dkk (2020) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI)". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, dengan variabel dependen nilai perusahaan dengan kebijakan deviden sebagai variabel *intervening*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis jalur. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap kebijakan deviden.
- 7) Lestariwati (2020) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018)". Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, dengan variabel dependen nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel

moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018). Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

- 8) Dinasari dan Herawaty (2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Dari Kinerja Keuangan Dan Risiko Sistematis Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Financial Distress* Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bei Tahun 2015-2018”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan dan risiko sistematis, dengan variabel dependen nilai perusahaan dan *financial distress* sebagai variabel moderasi. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan: EVA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV), sedangkan struktur modal (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (PBV). Risiko Sistematis berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV). *Financial distress* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (PBV), kemudian EVA yang dimoderasi oleh *financial distress* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dan struktur modal (DER) dimoderasi oleh *financial distress* terhadap nilai perusahaan (PBV) menghasilkan pengaruh negatif. Serta risiko sistematis dimoderasi oleh *financial distress* terhadap nilai perusahaan (PBV) tidak berpengaruh.

- 9) Listihayana dan Astuti (2020) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Struktur Modal, *Growth Opportunity*, Dan Risiko Sistematis Terhadap Nilai Perusahaan”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah struktur modal, *growth opportunity*, dan risiko sistematis, dengan variabel dependen nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, risiko sistematis tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 10) Vernando dan Erawati (2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening: Studi Empiris di Bei”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, dengan variabel dependen nilai perusahaan dan struktur modal sebagai variabel *intervening*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis path analysis. Hasil penelitian meliputi ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dan berpengaruh positif terhadap struktur modal, struktur modal dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening.
- 11) Savitri, dkk (2021) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019)”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah

profitabilitas dan ukuran perusahaan, dengan variabel dependen nilai perusahaan dan struktur modal sebagai variabel intervening. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal. Struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Struktur modal tidak dapat memediasi baik pengaruh profitabilitas maupun pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

- 12) Rahmantari (2021) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, dengan variabel dependen nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi moderasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
- 13) Mustofa (2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh “Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode Tahun 2017-2019)”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan

corporate social responsibility dengan variabel dependen nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

- 14) Arora (2021) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, dengan variabel dependen nilai perusahaan dan *Corporate Governance* sebagai variabel moderasi. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* sebagai variabel *moderating* secara signifikan berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.
- 15) Ali dan Faroji (2021) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, dengan variabel dependen nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (PBV), sedangkan Profitabilitas (ROE) dan Profitabilitas (NPM) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV).