

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar modal merupakan salah satu tempat bagi investor untuk melakukan aktivitas investasi. Perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat dari perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Perekonomian Indonesia juga dipengaruhi oleh kondisi pasar modal dan perusahaan yang terdaftar didalamnya, hal itu karena perusahaan tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Fahmi, 2014). Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita mengatakan, sektor industri manufaktur tetap sebagai kontributor paling besar dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional pada triwulan I-2023. Sumbangsihnya hingga 16,77 persen dan mengalami peningkatan dibandingkan periode sebelumnya (triwulan IV-2022) sebesar 16,39 persen (Haryanti, 2023). Badan Pusat Statistik (BPS) melansir, sektor manufaktur berkontribusi 18,25 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada kuartal II 2023. Manufaktur melenggang paling lincah diantara kontribusi sektor lain, yakni sektor pertanian yang berkontribusi 13,35 persen, perdagangan 12,85 persen, pertambangan 10,48 persen, dan konstruksi 9,43 persen (Friska, 2023).

Seiring dengan perkembangan jaman, persaingan industri pada semua sektor menjadi semakin pesat. Untuk menghadapi persaingan yang demikian pesat, perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek

Indonesia (BEI) harus senantiasa berusaha untuk menjaga dan meningkatkan nilai perusahaannya. Tujuan jangka Panjang sebuah perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaannya sehingga dapat memberikan keuntungan kepada pemilik saham. Nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang telah diraih perusahaan dimana menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui serangkaian proses pelaksanaan fungsi manajemen dari semenjak perusahaan didirikan hingga saat ini. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik sehingga menjadi keinginan para pemiliknya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. 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* (Priani, 2020). *Price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya (Brigham dan Houstobn, 2011).

Dari sisi investor, informasi tentang nilai perusahaan penting untuk pengambilan keputusan investasi saham, sebab informasi ini akan membantu investor mengetahui saham mana yang bertumbuh dan memiliki kinerja yang baik (Tandelilin, 2017). Perusahaan yang memiliki tingkat

profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Sehingga, dengan demikian profitabilitas dapat memengaruhi nilai perusahaan (Karuni dan Suci, 2022). Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula, dan sebaliknya. Salah satu indikator pengukuran profitabilitas adalah *Return On Assets* (ROA) (Kasmir, 2019). *Return On Assets* (ROA) merupakan penilaian profitabilitas atas total asset, dengan cara membandingkan laba setelah pajak dengan rata-rata total aktiva. *Return On Assets* (ROA) menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aktiva baik dari modal sendiri maupun dari modal pinjaman, investor akan melihat seberapa efektif suatu perusahaan dalam mengelola asset. Semakin tinggi tingkat *Return On Assets* (ROA) maka akan memberikan efek terhadap volume penjualan saham, artinya tinggi rendahnya *Return On Assets* (ROA) akan memengaruhi volume penjualan saham perusahaan begitu pula sebaliknya (Kasmir, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Firlana & Wardhany dkk (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian berbeda ditemukan oleh puspitaningtyas (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, perusahaan dalam menjalankan operasional atau investasi membutuhkan sumber dana yang salah satunya dapat berasal dari pinjaman atau dana sendiri. Pemenuhan sumber dana melalui utang (pinjaman) akan mempengaruhi tingkat *leverage* perusahaan, karena

leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan utang. Menurut Weston dan Brigham (1998) mendefinisikan *financial leverage* sebagai tingkat penggunaan hutang sebagai sumber pembiayaan perusahaan. *Leverage* juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan. Kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak yang negatif pada nilai perusahaan (Dewantari, 2019). Rasio *leverage* dalam penelitian ini diproksikan dengan rasio *Debt to Assets Ratio* (DAR). *Debt to Assets Ratio* (DAR) secara sederhana mempunyai pengertian perbandingan antara total utang yang dimiliki perusahaan dengan total aset yang dimiliki perusahaan “Rasio utang terhadap total aset didapat dari membagi total utang perusahaan dengan total asetnya” (Van Horne, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Widayanti & Yadnya (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian dari Herlina (2021) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial (Dewi dkk, 2018). Manajer di dalam suatu perusahaan yang juga sebagai pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial akan berusaha menyeimbangkan dan akan membantu penyatuan kepentingan antara manajer dan pemegang saham, sehingga manajer ikut serta merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil serta juga siap menanggung kerugian sebagai

konsekuensi pengambilan keputusan yang salah (Anita dan Yulianto, 2016). Kepentingan manajer dan kepentingan investor (*stakeholder*) eksternal dapat disatukan jika kepemilikan saham mereka diperbesar sehingga manajer tidak akan melakukan tindakan yang merugikan perusahaan secara keseluruhan, misalkan *take a bath*, *smoothing*, manajemen laba, *money laundry*. Sehingga diindikasikan bahwa semakin besar kepemilikan manajerial pada perusahaan maka akan semakin kecil kemungkinan manajer merugikan perusahaan dan tetap menjaga nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Asnawi (2019) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil berlawanan ditemukan oleh Tambalean, dkk (2018) yang menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Lalu perusahaan dalam kaitannya dengan menjalin hubungan dengan lingkungan sekitar memiliki sebuah program yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Priyadi, 2018). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk menaikkan nilai perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan citra positif di mata pemangku kepentingan, serta memperoleh loyalitas dari para konsumen, karyawan, dan mengembalikan citra positif suatu perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan harga saham di perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai suatu perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang semakin tinggi pula. Perusahaan yang mengelola sumber daya maupun yang

berkaitan dengan sumber daya seperti manufaktur pasti akan menghasilkan dampak pada masyarakat. Dalam kegiatan produksi perusahaan industri pasti akan menghasilkan limbah yang sedikit banyak berdampak langsung pada masyarakat sekitar. Seperti halnya industri-industri besar yang domisilinya memang terletak pada pusat kota yang tak lepas dari padat permukiman penduduk. Berawal dari dampak itulah perusahaan mulai mewacana untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ada pula yang sebagian sudah melakukannya dengan serius (Fahmi, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Priantinah (2018) & Andriani, dkk (2019) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil berbeda ditemukan oleh Folia (2019) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, ukuran perusahaan juga diindikasikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. (Fadila dkk, 2023). Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaannya maka perusahaan telah memiliki arus kas yang positif serta diperkirakan akan mempunyai aspek menguntungkan dalam kurun waktu relatif lama. Ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan. Penelitian yang

dilakukan oleh Yanti & Darmayanti (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Israel,dkk (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas dan adanya ketidakkonsistenan penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik kembali untuk mengidentifikasi dan menguji pengaruh **“Profitabilitas, *Leverage*, Kepemilikan Manajerial, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan permasalahan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022 ?
- 2) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022?
- 3) Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022?

- 4) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022?
- 5) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2020-2022.

1.4 Manfaat Teoritis dan Praktis

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka manfaat yang diharapkan adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi mahasiswa untuk memperluas pengetahuan mengenai pemahaman dan pengaruh profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajerial, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, khususnya para investor yang membulatkan niatnya dalam investasi saham sehingga membantu para investor baru untuk berinvestasi di pasar modal.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan sebagai evaluasi serta bahan pertimbangan bagi perusahaan sektor manufaktur. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi investor, debitor, kreditor, serta masyarakat, dan pihak lain sebagai dasar pengambilan keputusan.

UNMAS DENPASAR

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling theory*)

Menurut Thiono (2006), teori sinyal (*signalling theory*) menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi laporan karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar.. Menurut Nanda (2019), untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Hubungan *signalling theory* dengan nilai perusahaan yaitu menjadi sinyal positif dan sebaliknya, nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi sinyal negatif. Ini disebabkan karena tujuan investor melakukan investasi adalah untuk mendapatkan keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik akan cenderung dihindari investor. Investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

2.1.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan hubungan kontraktual antara prinsipal (pemberi kontrak) dan agen (penerima kontrak), prinsipal dapat mengontrak agen untuk bekerja demi kepentingan atau tujuan prinsipal sehingga dapat

memberikan wewenang pembuatan keputusan kepada agen untuk mencapai tujuan tersebut. Agen memiliki suatu tanggung jawab atas pencapaian tujuan tersebut dan agen dapat menerima suatu balas jasa dari prinsipal (Supriyono, 2018). Teori keagenan secara prinsip menggunakan asumsi utama bahwa pemilihan kebijakan perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Ketika pihak prinsipal dan agen memiliki tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal (Ningrum, 2020).

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2008). Menurut Keown (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor dan masyarakat luas terhadap kinerja perusahaan yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, begitupun sebaliknya. Perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai secara umum tujuan semua perusahaan tidak jauh berbeda satu sama lain. Menurut Brigham dan Houston (2011), tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai pemegang saham. Memaksimalkan nilai pemegang saham sama halnya dengan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran yang biasa digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Book Value (PBV)*. *Price to Book Value (PBV)* merupakan

rasio yang mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku dari saham (Himawan,2020). Menurut Brigham dan Houtson (2018), nilai perusahaan berdasarkan *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar dalam menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Keberadaan *Price to Book Value* (PBV) sangat penting investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal karena melalui *Price to Book Value* (PBV) investor dapat memprediksi saham-saham yang *overvalue* dan *undervalue*. Semakin tinggi rasio *Price to Book Value* (PBV) berarti bahwa pasar semakin percaya pada prospek perusahaan. Apabila nilai *Price to Book Value* (PBV) yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas adalah kinerja keuangan yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Suatu perusahaan harus memperoleh laba agar perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang untuk waktu yang relative lama. Perusahaan yang memiliki profitabilitas atau tingkat pengembalian atas investasi yang tinggi maka menggunakan utang yang relative sedikit. Tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan mereka dengan dana yang dihasilkan secara internal (Ningrum, 2020)

Menurut Hanafi dan Halim (2009) ada tiga rasio yang digunakan untuk menghitung profitabilitas adalah sebagai berikut :

a. *Profit Margin*

Profit Margin menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa dilihat secara langsung pada analisis common size untuk laporan laba rugi-laba (baris paling akhir). Rumus menurut Hanafi dan Halim (2009)

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

b. *Return On Asset (ROA)*

Return on asset (ROA) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. Rumus menurut Hanafi dan Halim (2009)

$$\text{Return on asset (ROA)} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total asset}}$$

c. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham tertentu. Rumus menurut Hanafi dan Halim (2009:82).

$$\text{Return on equity (ROE)} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal saham}}$$

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *Return On Asset* (ROA). *Return On Asset* (ROA) ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset. Semakin tinggi hasil pengembalian atas asset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total asset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas asset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset (Ningrum, 2020).

2.1.5 Leverage

Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus menyeimbangkan beberapa utangnya dengan memilih utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang (Fahmi, 2017). Dari hasil pengukuran, apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan akiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2012). Adapun rasio yang tergabung dalam rasio *leverage* adalah:

1. *Total Debt To Equity* (DER)

Total Debt To Equity Ratio merupakan perbandingan antara hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

2. *Total Debt to Total Asset Ratio* (DAR)

Total Debt to Total Asset Ratio merupakan perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka Panjang dan jumlah seluruh aktiva diketahui. Rasio ini menunjukkan berapa bagian dari keseluruhan aktiva yang dibelanjai oleh hutang.

Dalam penelitian ini leverage diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) merupakan perbandingan total kewajiban dengan total asset yang dimiliki perusahaan sebagai pengukuran dari rasio leverage (Kasmir, 2012). *Debt to Asset Ratio* (DAR) digunakan sebagai pengukur karena rasio ini menggunakan asset sebagai pembanding dari hutang atau kewajiban perusahaan yang mungkin memiliki risiko dan pengembalian dan akan berpengaruh terhadap laba perusahaan. Pada utang yang dimiliki perusahaan, maka diharapkan perusahaan mampu mendanai dan mengelola asset yang dimiliki untuk mendapatkan laba sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat.

2.1.6 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah persentase kepemilikan saham pada perusahaan oleh pihak manajerial. Kepemilikan manajerial diukur dari

jumlah persentase saham yang dimiliki manajemen. Alat ukur yang digunakan untuk variabel kepemilikan manajerial adalah persentase saham dewan komisaris dan direksi. Kepemilikan saham manajerial dapat digunakan untuk menjalankan antara kepentingan pemegang saham dan manajemen (Pramana, 2021). Hubungan struktur kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan merupakan hubungan non-monotonik. Hubungan non-monotonik antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan disebabkan adanya insentif yang dimiliki oleh manajer dan mereka cenderung berusaha untuk melakukan penyejajaran kepentingan dengan *outside owners* dengan cara meningkatkan kepemilikan saham mereka jika nilai perusahaan yang berasal dari investasi mengalami peningkatan. Besarnya proporsi saham yang dimiliki oleh manajemen akan efektif dalam memonitor setiap aktivitas yang dilakukan perusahaan. Disamping itu manajemen juga akan semakin giat didalam memenuhi kepentingan pemegang saham yang juga adalah dirinya sendiri, sehingga masalah keagenan dapat diasumsikan akan berkurang dan kinerja perusahaan menjadi meningkat. Untuk mengukur kepemilikan manajerial dapat dirumuskan sebagai berikut (Rivandi, 2018) :

$$\text{Kepemilikan manajerial} = \frac{\text{Jumlah Saham yg manajerial}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$$

2.1.7 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi

selanjutnya, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara bermanfaat bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara stakeholder (Priani, 2020)

Informasi CSR harus disajikan dalam bentuk laporan tahunan karena laporan tahunan merupakan media komunikasi informasi tentang posisi keuangan dan kinerja aktivitas pendapat, pembiayaan, dan laba-rugi perusahaan pada suatu periode kepada stakeholder. Dari laporan para stakeholder dapat menilai kekuatan, kelemahan, prospek, resiko, dan berkelanjutan suatu perusahaan sebelum mereka mengambil suatu keputusan. Pedoman yang digunakan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* salah satunya adalah pedoman berdasarkan *Global Reporting Initiative (GRI)*. *Global Reporting Initiative (GRI)* adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Prayanti, 2022). Menurut Shoedarto (2019), berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) G.4, indeks pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*), yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja Ekonomi. Dimensi ekonomi dari keberlanjutan berkaitan dengan dampak perusahaan pada kondisi ekonomi dari para pemangku kepentingannya, dan pada sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global
2. Kinerja Lingkungan. Dimensi lingkungan dari keberlanjutan berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air dan ekosistem.
3. Kinerja Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja. Sub kategori dari Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja menangani isu-isu tentang ketenagakerjaan, hubungan pekerja/manajemen, kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendidikan, keragaman dan kesempatan yang sama serta remunerasi yang sama untuk wanita dan pria.
4. Kinerja Hak Asasi Manusia. Sub kategori dari Hak Asasi Manusia mencakup sejauh mana proses telah dilaksanakan, insiden pelanggaran hak asasi manusia, dan perubahan dalam kemampuan pemangku kepentingan untuk menikmati dan menggunakan hak asasi manusia mereka
5. Kinerja Masyarakat. Sub kategori dari Masyarakat menyangkut dampak yang dimiliki organisasi terhadap masyarakat dan komunitas lokal
6. Kinerja Tanggung Jawab Atas Produk. Sub kategori dari Tanggung Jawab Produk menyangkut produk dan layanan yang secara

langsung mempengaruhi para pemangku kepentingan, dan para pelanggan pada khususnya

2.1.8 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total *asset*, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Brigham dan Houston, 2014). Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total *asset* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya *asset* yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Menurut Wardhany (2019), suatu perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil dimana sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian maka pada perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Maka untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan ukuran aktiva.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Berikut ini merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan acuan dari penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan yaitu sebagai berikut:

Rendika (2019) meneliti analisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, keputusan pendanaan, keputusan investasi dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Variable dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sedangkan variable independent yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, keputusan pendanaan, keputusan investasi dan kebijakan dividen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, keputusan pendanaan, keputusan investasi dan kebijakan dividen pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Azmi,dkk (2018) meneliti pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal sebagai variabel intervening tidak dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Struktur modal sebagai variabel intervening tidak dapat memediasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Christiani dan Herawaty (2021) meneliti pengaruh kepemilikan manajerial, komite audit, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan manajemen laba sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Komite audit, *leverage*, manajemen laba berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Manajemen laba sebagai variabel moderasi tidak memperlemah hubungan antara kepemilikan manajerial, komite audit, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Tambalean, dkk (2018) meneliti pengaruh kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di bursa efek Indonesia. Menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Purwaningtyas dan abbas (2021) yang berjudul pengaruh profitabilitas, *likuiditas*, *leverage*, ukuran perusahaan dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan *consumer goods industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2017-2018) menyatakan bahwa *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas, *likuiditas* dan kebijakan deviden berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Penelitian Putri dan Hatta (2021) yang berjudul pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran

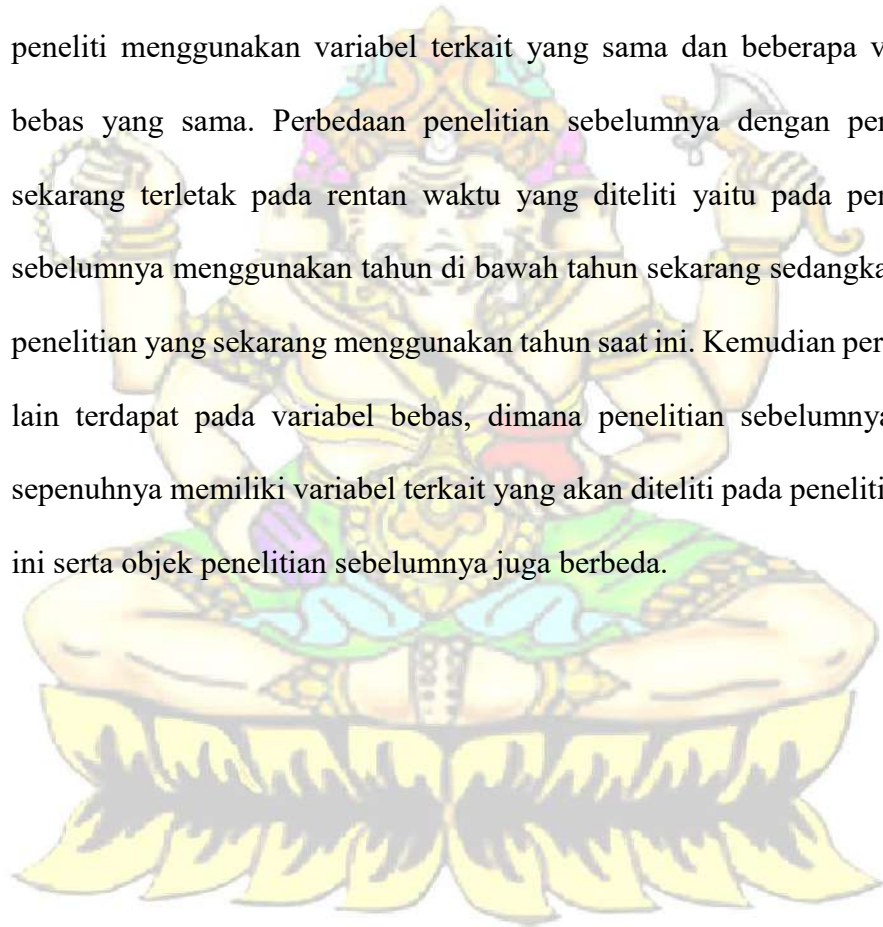
perusahaan dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan perkebunan periode 2015-2019 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia) ditemukan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sari dan Priantinah (2018) melakukan penelitian yang berjudul kinerja keuangan, *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan sedangkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Folia (2019) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kepemilikan institusional dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada sub sektor Pulp dan kertas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan *Corporate social responsibility* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan pada sub sektor Pulp dan Kertas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016.

Dewi (2018) melakukan penelitian tentang variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas, *leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Lalu penelitian selanjutnya, Yanda (2018) meneliti pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran

perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu setiap peneliti menggunakan variabel terkait yang sama dan beberapa variabel bebas yang sama. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang terletak pada rentang waktu yang diteliti yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan tahun di bawah tahun sekarang sedangkan pada penelitian yang sekarang menggunakan tahun saat ini. Kemudian perbedaan lain terdapat pada variabel bebas, dimana penelitian sebelumnya tidak sepenuhnya memiliki variabel terkait yang akan diteliti pada penelitian saat ini serta objek penelitian sebelumnya juga berbeda.



UNMAS DENPASAR