

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan memiliki tujuan jangka panjang untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan suatu keadaan tertentu yang telah dicapai perusahaan yang menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui proses pelaksanaan fungsi manajemen dari semenjak perusahaan didirikan hingga saat ini. Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang semakin tinggi pada suatu perusahaan di pasar modal menunjukkan bahwa semakin tinggi kekayaan pemilik perusahaan yang tercermin dari semakin tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik sesuai dengan keinginan para pemiliknya. Nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan bahwa kinerja perusahaan dalam keadaan baik sehingga dapat meyakinkan investor akan baiknya prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang mengalami kenaikan nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik (Rai Prastuti & Merta Sudiartha, 2016).

*Corporate social responsibility (CSR)* merupakan tindakan etis suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi, yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan beserta keluarganya, serta peningkatan

kualitas hidup bagi masyarakat sekitar dan masyarakat secara luas. Adanya CSR membuat perusahaan mampu meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan serta dapat bertindak sesuai dengan harapan masyarakat sekitar. Masyarakat yang menganggap perusahaan tidak melakukan pertanggung jawaban sosial dan lingkungan sekitar berdampak negatif maka akan timbul keresahan masyarakat. Perusahaan yang telah mendapatkan dukungan tinggi dari masyarakat, maka citra perusahaan dan kinerja perusahaan akan meningkat. Hal ini akan menjadi daya tarik investor dalam melakukan investasi dan nilai perusahaan akan meningkat, sehingga CSR merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan agar meningkatkan citra perusahaan yang mana sesuai dengan hasil penelitian (Hermawan, 2020) dan (Khofifah *et al.*, 2022) yang mengemukakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian (Retno & Prihatinah, 2012) serta (Yahdiyani & Suryono, 2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan dividen merupakan suatu keputusan yang menyangkut tentang apakah pembagian pendapatan perusahaan akan diserahkan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau digunakan kembali di dalam perusahaan dalam bentuk saldo laba. Kebijakan dividen merupakan suatu bentuk keputusan yang akan dilaksanakan oleh pihak internal perusahaan dalam menentukan tingkat pengembalian investasi bagi para pemegang saham. Semakin banyak dividen yang dibagikan perusahaan kepada para pemegang saham, maka perusahaan tersebut dianggap memiliki kinerja yang baik.

Perusahaan dengan kinerja yang baik, dianggap mampu menghasilkan banyak keuntungan sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan yang mencerminkan nilai perusahaan. Teori *Bird in the Hand* mengatakan bahwa besar kecilnya harga saham atau nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya dividen yang dibagikan. Semakin besar dividen yang dibagikan perusahaan, maka harga pasar saham perusahaan tersebut akan semakin tinggi dan demikian sebaliknya. Hal ini terjadi karena pembagian dividen dapat mengurangi ketidakpastian yang dihadapi investor. Teori tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rai Prastuti & Merta Sudiartha, 2016), (Ferina *et al.*, 2015), dan menunjukkan hasil kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan menyatakan bahwa ketika kebijakan dividen mengalami peningkatan, maka akan berdampak pada semakin meningkatnya nilai perusahaan.

Berbeda dengan teori *Tax Preference* yang mengemukakan bahwa kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif terhadap harga pasar saham perusahaan, yang artinya semakin besar dividen yang dibagikan maka akan semakin rendah harga pasar saham perusahaan yang bersangkutan. Hal ini terjadi apabila terdapat perbedaan antara tarif pajak personal atas pendapatan dividen dan *capital gain*. Besarnya tarif pajak dividen daripada pajak *capital gain* membuat investor cenderung lebih suka jika laba perusahaan tersebut tetap ditahan untuk mendanai investasi yang akan dilakukan perusahaan. Investor berharap terjadi peningkatan *capital gain* di masa yang akan datang dengan tarif pajaknya yang lebih rendah. Teori tersebut didukung oleh hasil penelitian (Sukirni, 2012) dan (Nurhayati, 2013) yang menyatakan kebijakan dividen tidak berpengaruh positif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Yahdiyani & Suryono, 2017), (Nurfina & Widyarti, 2016) menyatakan positif dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan indikator yang mencerminkan kekuatan finansial perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan memiliki *economy of scale* (Ross, Westerfield *et al.*, 2010 : 916) . Skala ekonomi (*economies of scale*) adalah penghematan biaya ketika perusahaan meningkatkan skala produksinya. Semakin besar *output* yang dihasilkan, semakin rendah biaya tetap per unit. Perusahaan yang memiliki struktur biaya yang lebih rendah, memungkinkan mereka untuk menawarkan produk dengan harga yang lebih kompetitif daripada pesaing. Perusahaan dapat menangkap pangsa pasar dan keuntungan yang lebih besar yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba karena *economy of scale*. Ukuran perusahaan dapat menunjukkan harta atau aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan apabila ukuran perusahaan tersebut diukur dengan total aset perusahaan. Teori tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Nurfina & Widyarti, 2016), (Yahdiyani & Suryono, 2017), dan (Khofifah *et al.*, 2022) bahwa pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Terdapat juga teori *diseconomies of scale* yang mana perusahaan mengalami kenaikan biaya rata-rata yang diiringi semakin besarnya ukuran perusahaan. Hal tersebut terjadi dikarenakan semakin besar *output* yang dihasilkan sehingga perusahaan membutuhkan biaya yang besar (Suhel, 2011). Perusahaan yang

memiliki skala besar membutuhkan tenaga kerja yang lebih banyak untuk menghasilkan output agar lebih efektif. Disisi lain juga dalam mengelola perusahaan berskala besar akan semakin kompleks dan tidak dapat terfokus dan efisien karena adanya penambahan tugas. Maka semakin besar ukuran perusahaan dapat membuat nilai perusahaan menjadi menurun. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurminda *et al.*, 2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan *Covid-19* sebagai variabel moderasi yang memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. CSR didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun pembangunan. Perusahaan yang telah mendapatkan dukungan tinggi dari masyarakat, maka citra perusahaan dan kinerja perusahaan akan meningkat. Hal ini akan menjadi daya tarik investor dalam melakukan investasi dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kondisi pandemi *Covid-19* yang mewabah hampir diseluruh dunia membawa dampak bagi perekonomian di berbagai negara termasuk Indonesia. Pandemi *Covid-19* mengakibatkan terbatasnya aktivitas perusahaan maupun masyarakat. Banyak perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan akibat berkurangnya daya beli masyarakat yang berpengaruh pada nilai perusahaan. Turunnya tingkat daya beli masyarakat dikarenakan masyarakat berusaha untuk menghemat pengeluaran karena berkurangnya penghasilan dan meningkatnya

jumlah pengangguran. Berkurangnya penurunan pendapatan pada perusahaan menyebabkan tidak terlaksananya program CSR di masa pandemi covid-19 sehingga berakibat pada turunnya nilai perusahaan pada perspektif investor. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kondisi perusahaan pada sektor industri *consumer goods* pada waktu sebelum dan saat pandemi *Covid-19* pada *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil dari penelitian (Hermawan, 2020), (Khofifah *et al.*, 2022), (Retno & Prihatinah, 2012) dan (Yahdiyani & Suryono, 2017) maka peneliti tertarik meneliti kembali, dikarenakan belum meneliti hubungan virus *Covid-19* yang memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi dengan sub sektor industri makanan dan minuman yang telah terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia).

Dipilihnya industri *food and beverage* dikarenakan makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok atau primer yang harus dipenuhi, selain pakaian dan tempat tinggal. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, permintaan terhadap makanan dan minuman akan semakin meningkat juga. Maka dari itu industri *food and beverage* merupakan industri yang mempunyai prospek baik. Jumlah industri sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI cukup banyak dibandingkan industri sub sektor lainnya.

Industri *food and beverage* adalah salah satu perusahaan yang termasuk dalam *defensive industry* karena memiliki laba yang tidak banyak terpengaruh oleh kondisi ekonomi. *Defensive industry* biasanya memiliki risiko bisnis rendah dan tidak akan berpengaruh terhadap kondisi tersebut karena perusahaan ini akan tetap

dibutuhkan dan dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan makanan dan minuman. Berdasarkan penjelasan diatas, memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk menguji kembali penelitian sebelumnya pada perusahaan *food and beverage*.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya maka dapat ditarik rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah CSR, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *Covid-19* mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan penelitian yang ingin diketahui adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh CSR, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan
4. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

5. Untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *Covid-19*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan hal-hal yang berguna baik dari sisi teori maupun dari segi praktis yakni antara lain:

##### **1. Bagi peneliti selanjutnya**

Diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran yang berguna untuk meningkatkan pemahaman dari teori-teori perkuliahan yang berkaitan dengan CSR dan kebijakan dividen

##### **2. Bagi perusahaan makanan dan minuman**

Diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi yang jelas mengenai pengaruh CSR, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada masa pandemic *Covid-19*.

##### **3. Bagi masyarakat**

Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan bahan pelajaran khususnya di bidang ilmu Manajemen Keuangan terkait pengaruh CSR, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di masa pandemi *Covid-19* sebagai variabel moderasi

##### **4. Bagi investor**

Memberikan masukan dan sumber informasi bagi investor sebelum berinvestasi dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat dilihat dari CSR, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan yang berguna sebelum pengambilan keputusan atau berinvestasi.



## **1.5    Sistematika Penelitian**

Penelitian ini tersaji dalam tiga bab yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian yang saling berkaitan satu sama lain. Berikut susunan penelitian ini antara lain:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian masalah yang melatarbelakangi penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memberikan penguraian tentang penelitian-penelitian terdahulu sebagai pembanding penelitian ini, landasan teori yang mendasari penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang sistematika penelitian yang akan dilakukan meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, instrumen penelitian, populasi sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dan teknik analisis data.

### **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini berisi tentang garis besar populasi dan sampel serta analisis dari hasil penelitian yang meliputi gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi dari hasil penelitian yang meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi perusahaan, investor, serta peneliti selanjutnya.

