

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dunia saat ini berkembang pesat. Banyaknya perusahaan pesaing yang kompetitif bermunculan untuk mencapai keuntungan sesuai dengan tujuan utama mereka. Hal ini menyebabkan terjadinya dinamika bisnis yang berubah-ubah, maka dari itu diperlukan adanya tambahan pendanaan untuk lebih memperluas usahanya agar tetap bertahan di tengah-tengah persaingan yang kompetitif saat ini. Sumber pendanaan tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber salah satunya seperti investasi atau penanaman saham. Hal ini berkaitan erat dengan investor, tujuan utama dari para investor adalah mendapatkan *return* yang maksimal. Oleh karena itu, investor harus memiliki pertimbangan-pertimbangan sebelum memutuskan berinvestasi pada suatu perusahaan. Salah satu pertimbangannya adalah nilai perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Perusahaan yang sudah *go public* akan mendapat manfaat tambahan modal dari masyarakat, meningkatkan citra perusahaan di masyarakat dan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mempertahankan dan memperpanjang kehidupan

perusahaan seperti meningkatkan laba, menarik konsumen, menciptakan produk berkualitas, manajemen permodalan, dan lain sebagainya. Tetapi seiring tumbuhnya perusahaan terutama perusahaan yang sudah *go public*, tujuan lainnya adalah memperhatikan keinginan dari pemegang saham dan pihak-pihak yang terlibat di dalam perusahaan.

Pada tahun 2017, sektor pertanian menjadi pendorong utama atas penguatan indeks harga saham gabungan (IHSG). IHSG naik tipis 0,06% atau 3,51 poin di level 5.692,95 dan menguat 0,24% atau 18,83 poin ke level 5.705,27. Pergerakannya kemudian menanjak 0,33% atau 18,71 poin ke level 5.710,15. Sebanyak 108 saham bergerak menguat, 57 saham bergerak melemah, dan 384 saham stagnan dari 549 saham yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Seluruh indeks sektoral pada IHSG menguat dengan dukungan utama dari sektor pertanian (+0,70%).

Berikut ini adalah tabel saham sektor pertanian dengan nilai transaksi terbesar di perdagangan :

KODE	NILAI TRANSAKSI (Rp)
SSMS	68,985,763,500
LSIP	10,235,376,000
AALI	4,531,925,000
MGRO	3,331,852,000
TBLA	2,878,168,500
BWPT	2,734,057,300
SIMP	1,917,939,400

DSNG	1,493,739,800
BISI	902,882,000
BEEF	652,280,600

Sektor pertanian adalah sektor perusahaan yang bisnisnya bergerak di bidang pertanian, perkebunan dan perikanan. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor penting dalam pergerakan perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari angka pertumbuhan ekonomi Indonesia, pertumbuhan sektor pertanian cenderung memiliki tren yang sama dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pada tahun 2014 pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan sebesar 0,50% dari tahun 2013, sedangkan pertumbuhan pertanian mengalami kenaikan sebesar 0,04% dari tahun 2013. Sedangkan tahun 2016 pertumbuhan ekonomi mengalami kenaikan sebesar 0,14% dari tahun 2014 tetapi pertumbuhan pertanian mengalami penurunan sebesar 0,62% dari tahun 2015.

Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian serta menyebarkan kesejahteraan secara merata adalah dengan meningkatkan investasi yang berkelanjutan di sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor yang potensial, dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 26,1 juta membutuhkan penyediaan pangan yang besar. Kemudian dilihat dari potensi alam negara Indonesia yang dapat memaksimalkan dalam menghasilkan produk pertanian yang akan menjadi nilai tambah sendiri bagi produk pertanian di negara Indonesia. Sehingga sektor pertanian menjadi sektor yang dapat diunggulkan. Dalam mempertahankan keunggulan perusahaan, salah satunya yaitu dengan

meningkatkan nilai perusahaan. Sebuah perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi dapat mensejahterahkan para pemegang sahamnya. Sehingga semakin tinggi nilai perusahaan maka investor semakin percaya untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang biasanya dikaitkan dengan harga saham. Sehingga apabila harga saham naik dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan meningkat. Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham yang disebut *agency problem*. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini dapat mengakibatkan konflik, dimana hal ini biasanya disebabkan karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi. Sedangkan pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan pada perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan. Reny Dyah dan Denies (2012). Hal tersebut sejalan dengan teori agensi yang digunakan dalam penelitian ini. Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antara pemegang saham (*principle*) dengan manajemen (*agent*). Menurut teori ini, hubungan antara pemilik dengan manajemen pada hakekatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan.

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *corporate social responsibility (CSR)*, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Hal itu

merupakan faktor-faktor yang optimal dalam memaksimalkan nilai perusahaan yang akan memakmurkan kekayaan pemegang saham.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu program investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan perusahaan. Setiap perusahaan memiliki cara pandang dan pola berpikir yang berbeda-beda dalam menentukan langkah atau strategi sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan laba perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan untuk kesejahteraan pemilik dan pihak-pihak yang terkait. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah social dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya memikirkan faktor keuangan saja untuk mencapai keuntungan tetapi juga tanggung jawab social dan lingkungan untuk saat ini dan masa mendatang. Tanggung jawab social perusahaan merujuk pada sebuah hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, investor, pemerintah, *supplier*, juga *competitor*. Suatu perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu meningkatkan kesejahteraan baik untuk karyawan, manajer, pemegang saham, pihak-pihak terkait, dan masyarakat. Perusahaan yang telah menerapkan CSR akan membangun *image* yang baik untuk masyarakat dan hal tersebut dapat membuat masyarakat percaya kepada perusahaan sehingga mereka dapat setia untuk membeli produk di perusahaan tersebut. Hal itulah yang menjadikan penjualan tinggi dan membuat laba menjadi besar sehingga harga saham tinggi. Harga saham yang tinggi menandakan nilai perusahaan yang tinggi

juga sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan sahamnya. Hal tersebut sejalan dengan teori *signaling* yang digunakan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR secara luas dapat memberikan sinyal positif terhadap investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Adapun peneliti sebelumnya yaitu I Nyoman Agus dan I Ketut Mustanda (2017) mengatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Wardoyo dan Theodora Martina (2013) mendapatkan hasil yang sebaliknya bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage adalah rasio perbandingan antara total hutang dengan total aset. Rasio ini menunjukkan sejauh mana hutang dapat ditutupi oleh aset. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan dan penyusutan dan dari eksternal perusahaan yang berupa hutang atau penerbitan saham baru. *Leverage* menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut di likuidasi (Agnes, 2004). Jadi *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari hutang. Semakin tingginya rasio *leverage* menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur. Hal tersebut akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leverage* nya tinggi karena semakin tinggi rasio *leverage* nya semakin tinggi juga resiko investasinya. Maka dari itu perusahaan yang dapat mengelola *leverage* dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan tersebut sejalan dengan teori agensi

yang digunakan dalam penelitian ini dimana kedua pihak antara investor dan manajemen sama-sama menginginkan keuntungan. Adapun beberapa penelitian dari terdahulu yaitu Febriana (2012) dan I Nyoman (2017) mendapatkan hasil yang sama bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kadek Ayu dan Ida Bagus (2014) mengatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Ni Ketut Ratna (2016) dan Putu Vivi (2016) berpendapat yang sama bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dibedakan menjadi dua kategori yaitu perusahaan berskala besar dan perusahaan yang berskala kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, berarti aset yang dimiliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya pun semakin banyak. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan. Menurut Sujawerni (2015), perusahaan dengan aset yang besar akan mencerminkan semakin besarnya modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran utang dalam perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset (ukuran perusahaan) lebih besar, lebih banyak mendapatkan perhatian dari investor maupun kreditor dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki total aset kecil. Dengan total aset

yang besar, manajemen dapat lebih leluasa dalam menggunakan aset perusahaan. Hal inilah yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan teori *signaling* yang digunakan dalam penelitian ini dimana perusahaan memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Adapun peneliti sebelumnya yaitu Ni ketut dan Ida Bagus (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan I Nyoman (2017) mendapatkan hasil sebaliknya bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dijadikan kajian penelitian adalah :

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) ?
3. Apakah ukuran perusahaan (size) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) ?
4. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) ?
5. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) ?

6. Apakah ukuran perusahaan (size) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi:

1. Untuk pihak internal seperti manajer, penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dalam meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi investor dan calon investor, penelitian ini dapat menjadi dasar pemikiran dalam pengambilan keputusan.
3. Bagi peneliti, menjadi tolak ukur keberhasilan studi yang diambil oleh peneliti.
4. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan referensi dan sebagai bahan perbandingan penelitian lebih lanjut terhadap materi yang sama sehingga berbagai keterbatasan dalam penelitian ini dapat diperbaiki.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Menjelaskan antara lain yaitu Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, juga Sistematika Penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan antara lain penelitian-penelitian yang terdahulu, landasan teori yang digunakan, serta kerangka pemikiran atau kerangka konseptual.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan tentang variable penelitian, metode pengumpulan sampel, waktu dan tempat penelitian, serta prosedur analisis data.

Bab IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Menjelaskan tentang gambaran subjek penelitian, analisis data yang digunakan, analisis deskriptif dari masing-masing variabel yang digunakan serta pembahasan dari hasil analisis tersebut.

Bab V PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan yang merupakan hasil akhir dari analisis data, keterbatasan penelitian dan saran bagi pihak terkait.