

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap industri umumnya memiliki tujuan yang sama yaitu mencapai nilai perusahaan secara maksimal. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai penilaian dari seseorang yang menanamkan modal saham atas perusahaan ituyang berkaitan pada nilai saham dan diasumsikan bahwa apabila nilai saham suatu entitas itu besar maka nilai perusahaan tersebut juga besar (Zabetha et al., 2018). Menurut Zabetha et al. (2018) mengatakan bahwa investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi di suatu perusahaan akan menjadikan nilai perusahaan sebagai acuan mereka untuk mengukur tingkat kemakmuran serta keberhasilan perusahaan tersebut. Perusahaan akan menggunakan situasi ini untuk mengandalkan segala cara agar dapat mempertahankan kelebihan yang dimiliki dari bisnis mereka dan mencapai nilai perusahaan secara maksimal.

Berdasarkan fenomena selama beberapa tahun terakhir menjelaskan bahwa nilai perusahaan khususnya perusahaan manufaktur mengalami penurunan pada beberapa sektor. Menurut Data Badan Pusat Statistik mencatat bahwa pertumbuhan industri pengolahan terus mengalami perlambatan ekonomi selama dua tahun terakhir. Pada tahun 2019, perusahaan manufaktur hanya memperoleh pertumbuhan produksi sekitar 3,8% turun dibandingkan

tahun 2018 yang mencapai 4,62 %. Adanya penurunan disebabkan lemahnya kinerja beberapa sektor manufaktur antara lain *industry* peralatan listrik turun 17,08%, *industry* logam dasar turun 15,41% dan *industry* alat angkut lainnya turun menjadi 3,89%. Menurut Suhariyanto (2019) mengatakan bahwa lemahnya kinerja ini dikarenakan adanya penurunan permintaan konsumen baik lokal maupun domestik. Hal ini didukung juga tingkat ekspor Indonesia yang menurun, masyarakat Indonesia lebih menyukai barang mentah yang minim nilai tambah dibandingkan harus mengolahnya dahulu menjadi produk jadi. Di sisi lain, ada beberapa sub sektor manufaktur besar yang mencatat adanya pertumbuhan antara lain *industry* percetakan dan reproduksi media rekaman yang mengalami pertumbuhan sebesar 19,58%, *industry* pakaian yang bertumbuh sekitar 18,51%, diikuti *industry* minuman 17,11%, *industry* furniture 6,63%, dan *industry* pengolahan lainnya 6,42%. Terjadinya pertumbuhan pada industri ini disebabkan oleh pesta demokrasi Indonesia yaitu pemilihan umum presiden dan wakil presiden serta calon legislatif yang jatuh pada bulan April 2019 yang mengakibatkan permintaan percetakan brosur dan spanduk semakin meningkat (www.cnbcIndonesia.com,2019).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik internal maupun eksternal yang ada di perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan antara lain: kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, kualitas laba dan kepemilikan manajerial.

Kinerja lingkungan ialah suatu aktivitas pengelolaan lingkungan yang dilakukan perusahaan untuk mengelola, menjaga, dan memperbaiki kelestarian lingkungan sekitar (Mardiana & Wuryani, 2019). Berdasarkan teori *stakeholder* menjelaskan bahwa suatu perusahaan memerlukan dukungan dari para *stakeholder* yang tujuannya agar keberlanjutan perusahaan tersebut dapat terjamin. Salah satu cara perusahaan untuk mendapat dukungan dari para *stakeholder* adalah dengan melakukan pengelolaan lingkungan perusahaan. Pengelolaan lingkungan perusahaan secara efektif berguna untuk mengurangi dampak buruk bagi lingkungan dan menaikkan nilai tambah perusahaan dimata para *stakeholder*. Perusahaan yang secara konsisten dapat menerapkan kinerja lingkungan yang baik dapat memberikan dampak positif terhadap besarnya harga saham serta menciptakan nilai perusahaan yang semakin naik. Berdasarkan hasil penelitian Mardiana & Wuryani (2019) kinerja lingkungan mempengaruhi secara positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Yadav et al (2016) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dari hasil temuan Anggraeni (2015) yang menjelaskan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor berikutnya yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *Corporate Social responsibility*. *Corporate social responsibility* (CSR) ialah suatu tanggungjawab perusahaan yang harapannya dapat membenahi ketimpangan sosial dan kerusakan lingkungan yang diakibatkan dari aktivitas operasional perusahaan. Apabila tanggung jawab sosial ini semakin banyak

diungkapkan oleh pihak perusahaan terhadap sosial dan lingkungan, maka kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan menjadi meningkat (Siregar & Safitri, 2019). Berdasarkan teori *Stakeholder* yang mengungkapkan bahwa perusahaan berdiri bukan hanya untuk kepentingan pribadi melainkan juga harus bermanfaat bagi para *stakeholder*. Adanya dukungan dari para *stakeholder* inilah yang akan mempengaruhi keberadaan suatu perusahaan tersebut. Tingginya nilai perusahaan akan menciptakan keberadaan perusahaan lebih diminati oleh para *stakeholder*. Apabila suatu perusahaan tersebut memaksimalkan manfaat yang diberikan dari *stakeholder* maka akan muncul rasa kepuasan *stakeholder* sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dari Putri & Suprasto (2016) dan Chang et al (2019) yang menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Tarek (2019) yang membuktikan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh kualitas laba. Kualitas laba (*earning quality*) adalah salah satu informasi penting yang dapat dikonsumsi oleh publik dan menjadi acuan investor untuk menilai perusahaan. Kualitas laba menjadi gambaran investor mengenai kemampuan laba diperusahaan tersebut serta kegunaan laba yang dilaporkan untuk memprediksi laba di masa depan (Bellovary et al., 2005). Menurut teori keagenan, pada saat terjadi konflik keagenan terdapat sifat oportunistik dari pihak manajemen yang mengakibatkan kualitas laba menjadi rendah. Rendahnya kualitas laba akan

dapat kesalahan pembuatan keputusan kepada investor maupun kreditor sehingga nilai perusahaan jadi berkurang. Berdasarkan hasil penelitian dari Dewi & Devie (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas laba dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga didukung dari Utomo & Dianawati (2017) yang juga menunjukkan bahwa kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan baik sebagai variabel mediasi maupun secara langsung. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lusi & Mustikowati (2019), dan Saputro & Hermanto (2018) yang menjelaskan bahwa kualitas laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial ialah jumlah kepemilikan saham yang dimiliki pihak manajemen dimana pihak tersebut secara aktif berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan yang diperoleh (Lusi & Mustikowati, 2019). Menurut teori keagenan, kepemilikan saham manajerial dapat menjadi jalan keluar untuk mengatasi masalah keagenan yang timbul dari kedua belah pihak baik *principal* maupun agen sehingga kemungkinan terjadi perilaku oportunistik pun menjadi rendah. Kepemilikan saham manajerial yang semakin besar akan memberikan motivasi kepada pihak manajer untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya, sehingga kinerja manajerial yang optimal akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Humairoh, 2018). Berdasarkan hasil penelitian dari Putri & Suprasto (2016) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Lusi & Mustikowati (2019)

yang menjelaskan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian dari Saputro & Hermanto (2018) yang mengatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena untuk memberikan gambaran mengenai kondisi atau keadaan suatu perusahaan kepada investor dalam mengambil keputusan. Kondisi ini dapat dilihat dari berbagai faktor yang mempengaruhi yaitu kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan manufaktur. Selain itu juga, adanya hasil penelitian yang tidak konsisten yang terdapat pada penelitian sebelumnya yang memotivasi peneliti untuk melakukan pengujian kembali mengenai nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris dan menganalisis:

1. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh kualitas laba terhadap nilai perusahaan.
4. Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini mempunyai manfaat untuk beberapa pihak terkait antara lain:

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.

2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi, informasi, dan wawasan teoritis khususnya tentang kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, kualitas laba dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

3. Bagi investor

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi para Investor dalam mengambil keputusan saat akan melakukan investasi di suatu perusahaan

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian bab 1 ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian bab 2 ini dijelaskan mengenai teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis dari masalah yang diteliti, penelitian terdahulu dan hasil penelitian, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian bab 3 akan menjelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bagian bab 4 akan menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan yang terdiri dari penjelasan hasil penelitian

BAB V : PENUTUP

Pada bab 5 akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dari penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

