

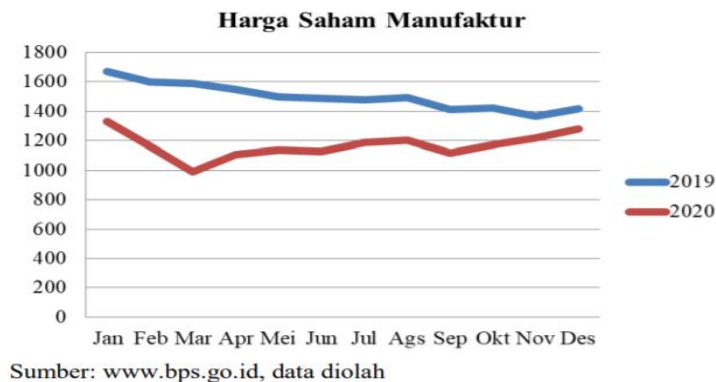
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Nilai perusahaan sangat penting namun tidak mudah dalam menjalankan dan menanamkan nilai perusahaan tersebut. Sebuah nilai harus menjadi kebiasaan, prilaku dan budaya sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. (Silvia, 2019). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. (Riadi, 2017).

Fenomena yang terjadi terkait dengan nilai perusahaan adalah perusahaan – perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia terdiri dari industri dasar dan kimia, aneka industri, dan industri barang konsumsi yang dimana sahamnya mengalami penurunan dalam dua tahun terakhir.



**Gambar 1.1 Harga Saham Manufaktur**

Grafik diatas menunjukkan penurunan harga saham manufaktur, terutama pada Triwulan I tahun 2020 yang turun cukup dalam disebabkan oleh pandemi covid19 sehingga saham manufaktur sedikit mengalami tekanan. Penurunan indeks saham yang cukup parah di dominasi oleh saham saham kategori blue chip yaitu Saham PT Astra International (ASII), PT Semen Indonesia, PT Gudang Garam Tbk (GGRM), dan PT Indocement Tunggal Prakarsa (INTP).

Berdasarkan [investasi.kontan.co.id](http://investasi.kontan.co.id) Beberapa saham penghuni indeks manufaktur menunjukkan pergerakan yang kurang prima. Saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) misalnya, telah melemah 8,31% sejak awal tahun. Saham PT Astra International Tbk (ASII) juga telah terkoreksi 15,81% secara YTD. Selain itu, saham PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) juga tergerus 27,37% sejak awal tahun. Tidak ketinggalan, dua saham emiten rokok terbesar, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) dan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) juga telah merosot masing-masing 36,50% dan 43,40% sejak awal tahun. Analisis NH Korindo Meilky Darmawan menilai, amblesnya kinerja indeks manufaktur disebabkan oleh permintaan untuk barang produksi di dalam

negeri yang menurun. Selain itu, penjualan ekspor pada semester I-2019 juga fluktuatif.

Dari fenomena yang terjadi pada perusahaan sektor manufaktur tersebut dapat memberikan sinyal kepada pemegang saham atau calon pemegang saham bahwa perusahaan tersebut tidak dalam keadaan yang baik. Nilai perusahaan yang rendah akan membuat para pemegang saham menjadi tidak percaya pada kinerja perusahaan saat ini, sehingga mereka akan berpikir kembali untuk menanamkan modalnya pada perusahaan ini atau tidak. Begitu pentingnya nilai perusahaan maka penelitian ini ingin mengkaji fenomena yang menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Untuk itu terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, berdasarkan penelitian Toni dan Silvia (2021) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Fenomena yang terjadi berdasarkan [cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com), mengatakan bahwa Sektor tekstil dan garmen kembali menjadi sorotan akibat adanya kabar soal gugatan penundaan kewajiban pembayaran utang (PKPU) kepada salah satu pemain besar industri ini. Emiten yang dimaksud ialah PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) atau Sritex yang digugat PKPU oleh PT Bank QNB Indonesia Tbk (BKSJ). Di bawah ini Tim Riset CNBC Indonesia akan membahas secara ringkas kinerja saham dan keuangan

sejumlah emiten tekstil dalam sebulan dan secara year to date (Ytd). Saham-saham emiten tersebut tergolong kurang likuid.

	Emiten	Kode Saham	Harga Terakhir (Rp)	% Sebulan	% Year to Date
1	Sri Rejeki Isman	SRIL	160	-23.81	-38.930
2	Pan Brothers	PBRX	165	-5.17	-32.930
3	Trisula International	TRIS	150	45.63	-27.880
4	Indorama Syntetics	INDR	3,650	7.35	19.670
5	Eratex Djaja	ERTX	192	-20.66	60.000
6	Ever Shine Textile Industry	ESTI	104	35.06	100.000
7	Asia Pacific Investama	MYTX	136	122.95	172.000

\*Harga Terakhir per 23 April 2021

Table: Aldo Fernando • Source: BEI, RTI • Created with [Datawrapper](#)

### Gambar. 1.2 Gerak Saham Emiten Tekstil

Berdasarkan data di atas, ada empat emiten yang mencatatkan penurunan harga saham baik sebulan maupun Ytd. Adapun saham emiten pembuat seragam militer, SRIL alias Sritex, menjadi yang paling ambles, baik dalam sebulan maupun sejak awal tahun. Saham SRIL tersungkur 23,81% dalam sebulan terakhir, sementara secara Ytd saham tersebut anlok 38,93%. Dalam keterangan yang disampaikan oleh Fitch Ratings, saat ini perusahaan dalam posisi likuiditas yang lemah sedangkan perusahaan memiliki kebutuhan refinancing utang yang tinggi. Sebab dari posisi likuiditas perusahaan pada akhir 2020 lalu, nilai kas mencapai US\$ 187 juta atau Rp 2,71 triliun. Namun nilai utang yang akan jatuh tempo pada tahun ini saja mencapai US\$ 277 juta

atau lebih dari Rp 4 triliun, nilai ini di luar sindikasi US\$ 350 juta sebelumnya. Dengan demikian, utang jatuh tempo nyaris Rp 10 triliun.

Fenomena lain yang terjadi berdasarkan Business Insight.co.id, mengatakan bahwa saat ini Likuiditas PT Lippo Karawaci Tbk (LPKR) masih menjadi sorotan. Menurut Ketut Budi Wijaya, Direktur Utama Lippo Karawaci, mengklaim meski turun arus kas perusahaan masih dalam kondisi normal. Untuk meningkatkan likuiditas, Lippo Karawaci fokus pada strategi pengurangan asset. Sepanjang tahun ini, saham LPKR telah merosot 47.95%. Maka berdasarkan berita di atas dapat disimpulkan bahwa likuiditas sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar penurunan rasio Likuiditas semakin besar pula penurunan nilai saham pada perusahaan tersebut. Untuk itu perlu adanya pengelolaan likuiditas yang baik pada setiap perusahaan. Perusahaan yang memenuhi likuiditas dengan baik maka kinerja manajemen perusahaan bekerja dengan baik dan ini menjadi daya tarik investor untuk menanamkan modal nya. Hal ini memberi keyakinan kepada investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut dengan begitu nilai dari perusahaan juga akan meningkat. Ini didukung oleh hasil penelitian dari Renly Sondakh (2019) yang mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa diungkapkan pula oleh Nendi Juhandi (2019) yang mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain likuiditas, profitabilitas juga merupakan salah satu faktor yang penting bagi perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sejumlah kebijakan yang telah ditentukan oleh

manajemen perusahaan dan faktor penting dalam perusahaan yang akan berkaitan dengan hasil yang didapat melalui aktifitas yang dilakukan perusahaan. Fenomena yang berkaitan dengan profitabilitas dengan nilai perusahaan berdasarkan [id.investing.com](http://id.investing.com) mengatakan bahwa diketahui, harga saham Unilever di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami tren pelemahan dalam lima tahun terakhir. Melansir dari RTI, harga saham emiten bersandi UNVR ini turun -45,93% dalam setahun terakhir. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mencatatkan penurunan kinerja keuangan sepanjang tahun 2021. Laba bersih Unilever terpengkas 19,55% dari Rp7,16 triliun per Desember 2020 menjadi Rp5,76 triliun per Desember 2021. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh menipisnya nilai penjualan yang dikantongi Unilever. Sepanjang tahun 2020, Unilever mencatat penjualan bersih senilai Rp39,55 triliun. Nilai tersebut turun 7,95% dari penjualan bersih tahun 2020 yang mencapai Rp42,97 triliun.

Fenomena lain terjadi pada PT Bank Jago Tbk. Berdasarkan laman [katadata.co.id](http://katadata.co.id) Kejatuhan saham bank digital seperti PT Bank Jago Tbk., disebabkan karena valuasi yang mahal ketimbang bank kakap lainnya. Kemudian, rerata profitabilitas emiten bank digital masih relative kecil. Profitabilitas rendah dan sentimen inflasi membuat harga saham emiten bank digital, PT Bank Jago Tbk (ARTO) mengalami auto reject bawah (ARB) di level 5.400 per saham. Menurut data BEI, harga sahamnya anjlok 6,90% atau 400 poin pada hari Kamis (13/10/22). Berdasarkan fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang rendah akan membuat nilai saham perusahaan menjadi rendah juga, ini berarti faktor profitabilitas memiliki

pengaruh terhadap nilai perusahaan, pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian dari Dewi Sukmawardini (2018) dan Made Olivia (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengambilan keputusan ekonomi saat ini, tidak hanya semata-mata memperhatikan nilai perusahaan dengan mengukur kinerja keuangan, tetapi ada faktor lain yang menjadi bahan pertimbangan investor yaitu informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Hal ini mendorong perusahaan dihadapkan pada *triple bottom lines* yaitu pengungkapan aspek keuangan, social, dan lingkungan secara sekaligus. Laporan yang berhubungan dengan tiga aspek tersebut dikenal dengan istilah laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*). *Sustainability reporting* merupakan suatu pengungkapan, pengukuran, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi untuk pencapaian tujuan pembangunan *stakeholder* internal maupun eksternal. Perusahaan tidak hanya mengoptimalkan kinerja laba perusahaan saja, melainkan ikut serta juga dalam memperhatikan lingkungan masyarakat yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). (Labetubun, 2022).

Fenomena pengungkapan CSR sedang trend di banyak perusahaan terutama perusahaan besar. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan bermanfaat untuk meningkatkan citra, brand, dan harga saham perusahaan. Dua fakta perbandingan perusahaan yang menerapkan CSR dengan yang tidak. Perusahaan yang telah menerapkan CSR dalam bisnisnya contohnya adalah perusahaan Danone (Air Mineral Aqua) dan yang tidak adalah PT Freeport.

Danone dengan produk Aqua melakukan kegiatan CSR berupa WASH (*water access, sanitation, hygiene program*). Program Aqua mendapatkan penghargaan dari Metro TV dalam kategori pelestarian lingkungan. Program CSR yang dilakukan Aqua berhasil memperoleh citra dan nilai perusahaan yang baik dikalangan masyarakat. Aqua juga berhasil mendongkrak pendapatan bersih perusahaan. Kemudian kita bandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan CSR yaitu PT Freeport Indonesia. Perusahaan tambang paling besar di Indonesia ini tidak menerapkan CSR hal ini bisa dilihat masih banyaknya kemiskinan, pendidikan masyarakat yang kurang diperhatikan, lingkungan disekitar yang kena imbas akibat pembuangan limbah sembarangan dan lain sebagainya. PT Freeport ini memiliki citra yang kurang baik karena tidak memperhatikan lingkungan disekitarnya (Inayati, 2019).

Fenomena lain berkaitan dengan CSR yaitu pada perusahaan *Shell*, berdasarkan laman *mail&guardian.co.za*, *Shell* sedang melanjutkan pengujian seismik yang secara material akan membahayakan Kawasan Konservasi Perairan Pantai Liar dan masyarakat sekitar. Dengan menolak tanggung jawab apa pun atas proses perencanaan yang inklusif atau transparan, hal itu memperlihatkan apa yang disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan sebagai hal yang bermuka dua. *Shell* telah mengumumkan bahwa mereka akan melanjutkan survei seismiknya di Pantai Liar Afrika Selatan, meskipun ada kekhawatiran luas atas kemungkinan kerusakan lingkungan. Hal ini menyebabkan citra dari perusahaan tersebut menjadi buruk di mata masyarakat sekitar.



Berdasarkan fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki pengaruh yang sangat penting bagi nilai perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, nilai perusahaan menjadi meningkat. Investor berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baik citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi. Dengan meningkatnya loyalitas konsumen, maka penjualan akan meningkat dan laba perusahaan juga akan terus bertambah.

Perusahaan yang terdaftar di BEI terdiri dari beberapa sektor, dimana salah satu sektor yang diminati investor adalah sektor manufaktur. Ada beberapa sektor industri manufaktur yang tumbuh tinggi, salah satunya adalah sektor industri makanan dan minuman. Berdasarkan [investasi.id](https://investasi.id) Tahun 2022 bakal menjadi tahun ekspansi bagi industri manufaktur nasional, menyusul penyebaran pandemi Covid-19 yang makin terkendali dan proyek hilirisasi mineral mulai bergulir. Sejalan dengan itu, investasi manufaktur berpotensi menembus Rp 400 triliun tahun depan, melonjak hingga 24% dibandingkan estimasi realisasi tahun ini yang sekitar Rp 323 triliun. Sektor makanan dan minuman (mamin) olahan, otomotif, alaskaki, serta garmen bisa mendapatkan limpahan investasi, menyusul normalisasi permintaan akibat terkendalinya pandemic Covid-19. Lonjakan investasi bakal mendorong pertumbuhan manufaktur di kisaran 5% - 5,5% pada 2022, lebih baik dari estimasi tahun ini yang di kisaran 4% - 4,5%. Sejak kuartal II-2021, manufaktur telah pulih dan lepas dari jeratan krisis akibat pandemi Covid-19, dengan pertumbuhan 6,9%.

Banyak peneliti telah melakukan penelitian mengenai likuiditas, profitabilitas dan nilai perusahaan serta *Corporate Social Responsibility*, namun ditemukan inkonsistensi atau *research gap* dari penelitian-penelitian tersebut. Dalam penelitian Juhandi dkk (2019) dan Renly Sondakh (2019) menghasilkan kesimpulan bahwa rasio likuiditas dengan menggunakan *Current Ratio* (CR) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil yang berbeda terdapat pada penelitian Sukmawardini dan Ardiansari (2018), Perdana Wahyu Santosa dkk (2020), Paulus Tahu dan Budi Susilo (2017), yang menyatakan bahwa rasio likuiditas dengan menggunakan *Current Ratio* (CR) memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil berbeda juga ditemukan pada rasio Profitabilitas dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA) bahwa pada penelitian Made Olivia Dwi Putri dan I Gusti Wiksuana (2021) dan Dewi dan Suryono (2017), menyatakan bahwa rasio ini berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan pada penelitian Jariah (2016) dan Dian Kristianti dan John Foeh (2020) rasio tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Fenomena gap juga ditemukan pada penelitian I Gede Adiputra dan Atang Hermawan (2020) dan Rahmantari dkk (2019) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, berbeda dengan penelitian dari Gregorios Ronald dan Hatane Samuel (2022) dan Hasanudin dkk (2022), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh

negatif signifikan terhadap nilai perusahaan serta tidak memiliki pengaruh untuk menjadi variabel moderat antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan *research gap* di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI**”.

### 1.2 Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada paparan penulis mengenai latar belakang di atas, terdapat beberapa pertanyaan yang dapat diidentifikasi, antara lain:

- A. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
- B. Apakah terdapat pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan?
- C. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?
- D. Apakah *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
- E. Apakah *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada pertanyaan penelitian di atas yang penulis paparkan, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini terdiri dari:

- A. Mengetahui adanya pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan
- B. Mengetahui adanya pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan
- C. Mengetahui adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan
- D. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
- E. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### A. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan berguna dalam memberikan gambaran berupa konsep Profitabilitas, Likuiditas Nilai Perusahaan dan CSR. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan informasi sebagai acuan dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

#### B. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini bermanfaat dalam menambah pengetahuan baru dan memberikan gambaran mengenai cara berinvestasi dengan baik yaitu dengan mengetahui Nilai Perusahaan dengan mengetahui tingkat likuiditas dan profitabilitas dalam suatu perusahaan juga dengan adanya faktor dari CSR.

2. Bagi pihak Universitas

Hasil penelitian ini sebagai bahan referensi dan bacaan bagi mahasiswa pendidikan khususnya dan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pada umumnya serta dapat menambah pengetahuan dan informasi baru bagi civitas academia yang memiliki minat untuk meneliti masalah ini.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai bahan masukan / evaluasi bagi perusahaan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait dengan masalah likuiditas dalam suatu perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan profitabilitas pada perusahaan.