

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Pasar ekuitas atau yang juga disebut dengan pasar modal sudah menjadi hal lumrah bagi masyarakat untuk mendaftarkan perusahaannya demi untuk mendapatkan kepercayaan bagi investor untuk investasi kedalam perusahaan mereka. Dikutip dari undang undang nomor.8 tahun1995, dalam UU ini pasar modal merupakan pengembangan yang berhubungan kepada pertukaran komitmen dan saham, asosiasi yang mempunyai hubungan dengan penyedia efek, serta pendirian dan permintaan yang berhubungan dengan efek. Efek adalah proteksi, sebagai penegasan kewajiban, saham, obligasi, bukti kewajiban, proteksi bisnis, Unit bunga dari kontrak ventura agregat, kontrak prospek pada efek, dan setiap bawahan efek.

Koordinator dan pemasok kerangka kerja atau kantor potensial untuk menyatukan penawaran penawaran dan perolehan perlindungan terhadap berbagai pertemuan yang sepenuhnya bertujuan untuk memperdagangkan efek di antara mereka menurut UU no.8 tahun 1995 disebut sebagai Bursa Efek. Perdagangan saham di Indonesia adalah *Indonesian Stock Exchange* (IDX) atau Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam perdagangan saham ini, terdapat berbagai macam data yang berhubungan dengan organisasi yang sudah berada dalam Bursa Efek Indonesia. Mulai dari *Finance Report*,

Annual Report, data pasar, saham, dsb. Untuk menarik perhatian para investor untuk berinvestasi dalam perusahaannya, ada beberapa cara yang dilakukan perusahaan di antaranya adalah dengan menaikkan nilai perusahaan.

Sebagaimana dikemukakan oleh Sartono dalam (Utomo 2019) nilai perusahaan adalah nilai yang bersedia dibayarkan oleh suatu perusahaan sebagai usaha yang berkelanjutan, setiap transaksi kelimpahan melebihi harga likuidasi adalah harga dari sebuah asosiasi administrasi yang sedang dijalankan oleh perusahaan. Keown dalam (Utomo 2019) juga menyiratkan bahwa nilai perusahaan harus terlihat melalui harga pasar yang terkandung dalam surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan. Husnan dalam (Utomo 2019) menyebutkan bahwa Nilai organisasi dapat diuraikan sebagai nilai yang akan dibayar pembeli dengan asumsi organisasi akan dijual.

Jadi berdasarkan pengertian-pengertian di atas, Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai harga pasar yang siap untuk dibayar oleh pembeli atas surat berharga utang dan ekuitas dengan dinilai dari kelebihan manajemen yang menjalankan perusahaan tersebut.

Seperti yang dikemukakan oleh Christiawan dan Tarigan yang dikutip dalam (Suffah dan Riduwan 2016) konsep nilai terdiri dari nilai nominal, harga pasar, nilai intrinsik, nilai buku, dan nilai likuidasi. Nilai nominal merupakan nominal yang terkandung dan disusun secara langsung dalam

rencana keuangan perusahaan, dinyatakan secara langsung belum ditetapkan dalam lembar organisasi, dan selanjutnya secara terang-terangan tertulis dalam keseluruhan persetujuan penawaran. Harga pasar adalah nilai yang terjadi karena adanya sistem barter di bursa efek. Nilai dapat diselesaikan hanya ketika saham organisasi terjual di dalam bursa saham. Nilai intrinsik merupakan sebuah nilai yang bergantung pada nilai asli organisasi yang dinilai. Nilai buku adalah perkiraan nilai menggunakan ide-ide pembukuan. Nilai likuidasi adalah nilai dari semua sumber daya organisasi ketika dijual selain komitmen yang harus dipenuhi. Nilai yang tersisa berubah menjadi bagian dari investor.

Ada berbagai cara untuk mengukur nilai perusahaan. Berdasarkan (Fauziah 2017), Nilai perusahaan dihitung menggunakan Tobin's Q, *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price Book Value* (PBV). Salah satu indikator pengukuran yang digunakan berdasarkan (Utomo 2019) adalah menggunakan metode Tobin's Q atau pendekatan harga saham. Menurut Weston dan Copeland (2008) macam-macam rasio penilaian antara lain: Rasio Tobin's Q, *Price Earning Ratio* (PER), dan *Price of Book Value* (PBV)

Nilai perusahaan dinilai penting untuk menambah jumlah investor yang masuk dalam perusahaan. Seperti yang dilakukan oleh Gojek dan Tokopedia. Mereka menggabungkan perusahaan mereka menjadi satu kesatuan, alhasil nilai saham mereka pun melejit sangat drastis seperti yang

dilansir oleh (sindonews.com). Dalam berita tersebut *Advertising master Yuswohady* mengatakan konsolidasi Gojek-Tokopedia ke dalam GoTo *gathering* dinilai sebagai upaya bersama terbesar di Indonesia. “Tentunya konsolidasi akan meningkatkan nilai keduanya,” ujarnya, Selasa (18/5/2021). Menurut kontan Pengaturan konsolidasi datang ketika Gojek dan Tokopedia - masing-masing didukung oleh pendukung keuangan kelas berat di seluruh dunia - mencoba meningkatkan produktivitas setelah sekitar 10 tahun hadir, dengan bergabung dengan administrasi mereka dalam satu tahap.

Profitabilitas adalah satuan ukur kapasitas perusahaan perorangan atau badan dalam membuat keuntungan dengan mempertimbangkan modal yang dimanfaatkan (Zaharudin 2006). Menurut Prosetyorini dalam (Hery 2017) mendefinisikan profitabilitas sebagai kapasitas badan organisasi untuk menciptakan keuntungan bersih dari berbagai *trial and error* yang diselesaikan dalam periode pembukuan. Profitabilitas adalah konsekuensi bersih dari berbagai pengaturan dan pilihan yang diambil oleh administrasi suatu organisasi (Pearce/Robinson 2007). Dari berbagai pengertian yang sudah disebutkan sebelumnya dapat dianggap bahwa profitabilitas dapat diartikan sebagai tolak ukur perusahaan atau badan untuk menciptakan keuntungan bersih dari beberapa peraturan dan keputusan yang dipilih oleh suatu organisasi dalam periode akuntansi.

Berdasarkan (Septiana 2019) tujuan profitabilitas antara lain untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang bisa diperoleh dalam jangka waktu tertentu, Untuk mengukur pertumbuhan posisi keuangan semenjak sekarang dan nanti, Untuk mengukur seberapa besar keuntungan setelah dibebankan menggunakan modal sendiri, Untuk mengukur seberapa bermanfaat semua aset yang digunakan oleh organisasi baik modal sendiri maupun modal kredit, dan Untuk mensurvei efisiensi semua subsidi organisasi yang telah digunakan.

Berdasarkan (Septiana 2019) Keuntungan manfaat adalah dapat melihat tingkat manfaat yang dapat didapatkan organisasi dalam satu tahun moneter, dapat melihat kondisi keuangan tahun lalu maupun tahun ini, mengetahui kemajuan manfaat sekarang dan lagi, menyadari berapa banyak manfaat bersih setelah penilaian dapat diperoleh dengan modal sendiri, dan mengetahui efisiensi seluruh rencana pengeluaran organisasi yang digunakan, baik modal sendiri maupun kredit.

Patokan yang dapat digunakan untuk mengukur produktivitas untuk menghitung manfaat adalah (1), Rasio tingkat pengembalian terhadap aset atau ROA (2) Rasio keuntungan terhadap modal sendiri atau (ROE), (3) *Return on Investmen* (ROI), (4) *Gross Margin* dan *Operational Margin*, (5) *Net Profit Margin*, (6) Produktivitas.

Tidak hanya profitabilitas, tentu saja merger antara Gojek dan Tokopedia juga mempengaruhi ukuran perusahaan mereka. Bagaimana

tidak, Gojek dan Tokopedia merupakan dua perusahaan unicorn yang ada di Indonesia. Berdasarkan industri.kontan.co.id value dari perusahaan ini mencapai US\$ 18 miliar.

Ukuran perusahaan adalah ukuran suatu organisasi yang diperkirakan dengan memanfaatkan logaritma natural dari aset tetap yang dimiliki perusahaan tersebut. Semakin menonjolnya kelengkapan sumber daya suatu organisasi menunjukkan bahwa ukuran organisasi tersebut sangat besar, begitu pula sebaliknya (Effendi and Ulhaq 2021). Berdasarkan (Hery 2017) Prasetyorini mengungkapkan didalamnya ukuran perusahaan merupakan skala organisasi di mana ukuran organisasi dapat dikumpulkan dengan cara yang berbeda, termasuk sumber daya absolut, nilai tukar keuangan, dan lain-lain. Ukuran perusahaan juga memiliki nilai penting yang mengelompokkan ukuran organisasi seperti yang diperkirakan dengan menggunakan logaritma sumber daya absolut organisasi yang terdapat dalam laporan anggaran organisasi menjelang akhir periode. (Machmuddah 2020). Ukuran perusahaan merupakan nilai yang diprosikan oleh jumlah semua aset, yang dilihat dengan memakai logaritma natural pada jumlah seluruh hasil aset perusahaan. Adapun cara untuk mengukur *Firm size* yaitu dengan rumus ukuran perusahaan sama dengan logaritma natural dari total aset (Supriadi 2020). Dari beberapa pengertian sebelumnya dapat diartikan ukuran perusahaan dapat digambarkan sebagai tolak ukur yang menggambarkan ukuran suatu organisasi yang dapat diperkirakan dengan menghitung

logaritma yang dapat dievaluasi melalui sumber daya lengkap yang disimpan dalam ringkasan anggaran organisasi menuju akhir periode.

Ukuran perusahaan dapat dibagi kedalam 3 macam bagian yaitu *small firm*, *medium firm*, dan *large firm* (Hery 2017). Berdasarkan (Wati 2019) ukuran perusahaan umumnya terbagi kedalam tiga kriteria yaitu perusahaan kecil, menengah, dan besar. Badan Standarisasi Nasional dalam (Hery 2017) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan dapat dijabarkan menjadi tiga macam bagian yaitu perusahaan kecil, perusahaan menengah, dan perusahaan besar. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan atau tempat usaha atau memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp50.000.000.000,-. Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih antara Rp500.000.000,- sampai paling banyak Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,-. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,- dengan paling banyak Rp500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,- sampai paling banyak Rp2.500.000.000,-.

Ukuran perusahaan juga diatur melalui peraturan yang berlaku di Indonesia, yaitu UU 20 tahun 2008 tentang UMKM. Berdasarkan UU ini

ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga bagian, yaitu perusahaan menengah, perusahaan kecil, dan perusahaan mikro. Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih antara Rp500.000.000,- sampai paling banyak Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan tempat usaha atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,-. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,- dengan paling banyak Rp500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,- sampai paling banyak Rp2.500.000.000,-. Perusahaan mikro adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan tempat usaha atau memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00.

Selain dari profitabilitas dan ukuran perusahaan, terdapat satu hal yang juga penting untuk menaikkan nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan (kontan.co.id) untuk memambah kepercayaan dari masyarakat dengan laporan berkesinambungan saja tidak akan cukup. Butuh waktu untuk membangun kepercayaan masyarakat yaitu dengan cara konsistensi dalam melakukan pembuktian secara terus menerus tanpa henti dari tahun ke tahun sampai akhirnya tujuan dapat tercapai. Salah satu cara memulihkan kepercayaan itu adalah dengan membuat laporan CSR.

CSR dicirikan sebagai koordinasi kegiatan bisnis dan keuntungan dari semua kepentingan mitra, termasuk pelanggan, penyedia tenaga kerja dan produk, pendukung keuangan dan iklim yang tercermin dalam strategi dan kegiatan organisasi. (Nurahman, Efendi, and Wicaksana 2011). CSR merupakan cara perusahaan dalam mengembangkan masyarakat dalam rangka menunjukkan komitmen akan tanggung jawab sosial perusahaan (Maheka 2012). CSR adalah memberikan espektasi lebih kepada masyarakat dalam menjalankan bisnis melebihi apa yang diharapkan oleh undang-undang, etika, dan pasar (Yusuf 2017). Berdasarkan banyak pengertian sebelumnya dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen dan kewajiban sosial perusahaan yang dilakukan demi masyarakat guna integrasi operasional bisnis dengan memperhatikan etika, undang-undang, pasar, untuk kepentingan stakeholder, konsumen, penyaluran barang dan jasa, dan lain-lain yang memiliki hubungan baik bersinggungan secara langsung ataupun bisa juga secara tidak langsung kepada organisasi.

Manfaat dari CSR adalah meningkatkan dan menambah pandangan baik di masyarakat, menjaga reputasi perusahaan, dapat meminimalisir resiko yang terjadi dalam perusahaan, melebarkan sayap bisnis perusahaan, memperkuat branding perusahaan, mempertahankan SDM yang berkualitas, mempermudah perusahaan dalam mencari modal, mempermudah jalannya

pengambilan keputusan disaat-saat kritis, dan memudahkan perusahaan dalam menjalankan manajemen resiko.

Unsur-unsur dalam laporan CSR menurut Pavlik 2010 adalah Keandalan, Kelengkapan, Pragmatis, dan bentuk laporan yang sesuai.

Berdasarkan (Maria and Nindita Radyati 2014), Ruang lingkup CSR dapat mengacu pada panduan pembuatan laporan kegiatan tanggung jawab sosia perusahaan. Panduan ini disebut dengan laporan keberlanjutan atau *sustainability reporting* yang disediakan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). Berdasarkan (Syairozi 2019), perusahaan akan disurvei berapa banyak relevansi sesuai dengan petunjuk untuk mengelompokkan tingkat paparan. Indikator-indikator yang digunakan adalah indikator yang ada pada GRI. Berdasarkan (Wati 2019), Aturan yang dipakai sebagai acuan dalam mengungkap CSR adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan organisasi asosiasi yang telah menjadi penggerak pergantian peristiwa di seluruh dunia, menggunakan struktur pengungkapan keterkelolaan dan berfokus pada peningkatan dan pelaksanaan yang terus-menerus di seluruh dunia.

Dari penjabaran sebelumnya peneliti ingin mempelajari lebih lanjut dengan mengangkat judul skripsi **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020”**. Penelitian ini menggunakan variabel

independen meliputi Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pengungkapan Sosial (CSR). Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.

B. Perumusan Masalah

Melalui penjabaran dari latar belakang yang telah diketahui peneliti di atas maka peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ada pengaruh profitabilitas, nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Melalui latar belakang dan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

3. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan.

4. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan CSR dengan nilai perusahaan.

D. Keterbaruan

Ada beberapa hal dari penelitian ini yang menjadi pembeda dari banyak penelitian lainnya, diantaranya adalah perbedaan tahun penelitian dan variabel-variabel yang menjadi subjek penelitian.

Tahun penelitian berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya disebabkan waktu yang terus berjalan sehingga dirasa perlu untuk mengupdate penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya dengan tahun yang lebih baru lagi sebab pasti ada perbedaan dari satu waktu ke waktu yang lain.

Variabel yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, CSR, dan nilai perusahaan. Kombinasi variabel ini termasuk baru di bidang ini sebab belum ada penelitian yang menggunakan variabel-variabel ini secara bersamaan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan mampu bermanfaat dan berguna oleh berbagai macam pihak, diantaranya :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan lebih banyak informasi terkait dampak profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap perusahaan yang terdaftar dalam kompas 100 pada tahun 2020.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Skripsi ini seharusnya digunakan untuk tujuan penalaran yang logis mengingat informasi yang diperoleh di jenjang kuliah, terutama dalam hal administrasi keuangan dan usaha para eksekutif dan kemudian mengaplikasikannya pada informasi yang didapatkan dari artikel yang ditinjau.

2. Bagi Akademisi

Skripsi ini harapannya mampu menjadi bahan pemikiran dan acuan bagi para mahasiswa atau pakar lainnya dalam mengarahkan penelitian lebih lanjut atau sebagai perluasan pengetahuan baru dalam dunia investasi.

3. Bagi Perusahaan

Skripsi ini harapannya mampu menjadi bahan pertimbangan dan pemikiran bagi pengurus organisasi dalam menentukan pilihan dalam menjalankan organisasi.

4. Bagi Investor

Skripsi ini harapannya mampu menjadi bahan pemikiran dan referensi bagi para penyandang dana dan calon penyandang dana untuk memulai dan melakukan kegiatan investasi

