

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan global yang semakin ketat menuntut perusahaan publik untuk terus meningkatkan kinerja perusahaannya, perkembangan dan pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu bentuk dari daya saing sebuah perusahaan. Di Indonesia terdapat berbagai sektor industri yang berkembang, salah satunya adalah sektor industri manufaktur. Sektor industri manufaktur merupakan salah satu sektor industri terbesar di Indonesia sekaligus sektor industri yang mampu memberikan kontribusi besar bagi penerimaan dan pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Di Indonesia sektor industri manufaktur terbagi menjadi beberapa macam, berdasarkan SK Menteri Perindustrian No.19/M/I/1986 sektor industri manufaktur secara umum terbagi menjadi tiga sektor, pertama sektor industri dasar dan kimia dalam sektor ini perusahaan berfokus pada pengolahan industri semen, kimia dan obat-obatan, kedua sektor industri mesin dan logam dasar dalam sektor ini perusahaan berfokus pada pengolahan industri kendaraan motor, dan ketiga sektor aneka industri dimana didalam sektor industri ini perusahaan berfokus pada pengolahan aneka hasil industri seperti pakaian, makanan dan minuman (Kemenperin. go.id).

Industri manufaktur di Indonesia mengalami perkembangan yang relatif meningkat pasca krisis global yang melanda dunia pada tahun 2008 dan tahun 2009, berdasarkan data Biro Pusat Statistik (BPS) tahun 2013 menyebutkan, bahwa jumlah sementara perusahaan manufaktur kategori besar dan sedang pada tahun 2013 telah mencapai 23.941 perusahaan, mengalami peningkatan

dibanding tahun 2010 sebesar 23.345, tahun 2011 sebesar 23.370, dan tahun 2012 sebesar 23.592 perusahaan (Biro Pusat Statistik, 2013). Tingginya jumlah perusahaan tersebut menunjukkan bahwa industri manufaktur di Indonesia terus mengalami perkembangan sehingga menjadi tempat yang baik untuk melakukan investasi.

Semakin tingginya pertumbuhan sektor industri manufaktur menyebabkan ketatnya persaingan antar perusahaan yang mengharuskan setiap perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan kinerjanya sehingga mendapat kepercayaan dari masyarakat. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu cara untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat, karena nilai perusahaan memiliki peranan penting dalam menentukan investor untuk melakukan investasi di dalam sebuah perusahaan.

Bagi sebuah perusahaan menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan adalah sebuah keharusan agar harga saham perusahaan tetap stabil dan meningkat di pasar modal Indonesia. Nilai perusahaan penting bagi investor untuk menentukan keputusan investasi karena nilai perusahaan menentukan jumlah nominal harga saham sebuah perusahaan ketika dijual dipasar modal (Sari, 2013). Selain itu meningkatkan nilai perusahaan merupakan hal penting yang harus diperhatikan bagi pemilik perusahaan, alasannya kemampuan daya saing perusahaan dapat dilihat dengan tingginya harga saham perusahaan yang mereka kelola, karena investor akan bersedia melakukan investasi di tempat yang mereka anggap bagus dan mampu memberikan keuntungan dari investasi yang telah mereka lakukan (Sari, 2013).

Berdasarkan hasil beberapa penelitian sebelumnya, naik turunnya nilai sebuah perusahaan merupakan salah satu fenomena yang menarik untuk diteliti,

karena tinggi rendahnya harga saham perusahaan tidak bisa dilepaskan oleh beberapa faktor faktor yang ikut berpengaruh baik faktor keuangan perusahaan maupun faktor non keuangan perusahaan.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor keuangan yang dapat dijadikan indikator beberapa investor untuk menilai apakah suatu perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya. Hal itu terjadi karena profitabilitas menunjukkan keuntungan penjualan perusahaan yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan dan memakmurkan pemegang saham (Sartono, 2010:122). Semakin tinggi profit yang dicapai perusahaan maka dapat menunjukkan semakin besar hasil pengembalian investasi yang akan diterima oleh investor (Kasmir, 2013:196). Selain itu dengan perusahaan mencapai profit yang maksimal dapat menunjukkan prospek perkembangan perusahaan yang semakin baik dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Husnan, 2005) dalam (Sari, 2013). Tabel 1.1 menunjukkan data mengenai perhitungan rasio profitabilitas yang diukur dengan ROE dan NPM beberapa perusahaan manufaktur tahun 2009-2012 yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Tabel 1.1
Perhitungan Rasio Profitabilitas

No	KODE	NPM 2009	NPM 2010	NPM 2011	NPM 2012	ROE 2009	ROE 2010	ROE 2011	ROE 2012
1.	KDSI	1.10	1.50	2.00	2.83	4.40	6.61	8.46	11.68
2.	SMSM	9.66	10.56	12.13	12.41	24.45	29.04	32.70	32.73
3.	ARNA	8.95	9.65	10.40	14.25	13.47	19.30	19.86	26.24
4.	ULTJ	3.79	5.70	4.82	12.58	5.12	8.23	8.48	21.08
5.	KAEF	2.19	4.36	4.93	5.39	6.28	12.45	13.71	14.01
6.	FASW	10.12	8.36	3.21	0.13	17.46	15.63	7.34	0.29
7.	AUTO	14.59	19.61	15.01	13.00	22.71	29.89	23.41	19.62

Sumber: BEI, data diolah

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa profitabilitas beberapa perusahaan pada tahun 2009-2012 yang diukur dengan NPM dan ROE menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, hal ini semakin menjelaskan bahwa

perusahaan sangat memperhatikan tingkat profitabilitas yang mereka miliki karena dengan meningkatkan profitabilitas dapat memberikan prospek yang baik pada perusahaan itu sendiri sehingga memicu investor untuk melakukan investasi yang dapat meningkatkan harga saham (Soliha, 2002) dalam (Sari, 2013). Akan tetapi tidak selamanya perusahaan memperoleh laba yang tinggi, sehingga berdampak pada turunnya penerimaan laba yang diperoleh oleh investor atas dana yang telah mereka investasikan.

Bagi perusahaan besar selain meningkatkan profitabilitas faktor modal juga berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan. Modal sangat diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan operasionalnya karena tanpa adanya modal perusahaan akan sangat sulit untuk bisa menjalankan aktivitas operasionalnya (Kasmir, 2013:150). Dalam prakteknya perusahaan dapat memperoleh modal dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan melakukan pinjaman atau hutang, namun ketika perusahaan memutuskan untuk melakukan pinjaman selain dapat memberikan manfaat yang bisa diterima oleh perusahaan hutang juga dapat memberikan dampak negatif yang diterima oleh perusahaan. Leverage merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena leverage merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang yang diperoleh dari pihak ketiga (Kasmir, 2013:151). Tabel 1.2 menunjukkan data mengenai perhitungan leverage yang diukur dengan DR dan DER beberapa perusahaan manufaktur tahun 2009-2012 yang dijadikan sebagai sampel penelitian

Tabel 1.2
Perhitungan DR dan DER

No	KODE	DR 2009	DR 2010	DR 2011	DR 2012	DER 2009	DER 2010	DER 2011	DER 2012
1.	KDSI	56.66	54.18	52.49	44.62	130.75	118.25	110.47	80.55
2.	SMSM	42.29	46.80	41.01	43.09	73.29	87.98	69.53	75.70

3.	ARNA	57.66	52.46	41.89	70.23	100	110.37	72.09	108.5
4.	ULTJ	31.06	35.56	35.64	30.75	45.05	54.22	65.02	44.39
5.	KAEF	36.23	32.78	30.19	30.57	56.98	48.76	43.25	44.17
6.	FASW	56.84	59.72	63.50	67.61	131.68	148.26	173.97	208.7
7.	AUTO	27.18	26.54	32.18	38.24	37.32	36.14	47.46	61.92

Sumber: BEI, data diolah

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa leverage perusahaan manufaktur yang diukur dengan DR dan DER dari tahun 2009-2012 mengalami fluktuasi atau naik turun dalam setiap tahunnya. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa leverage mempunyai dua sisi dalam mempengaruhi naik turunnya nilai sebuah perusahaan, bagi beberapa perusahaan menyebutkan bahwa utang atau *liability*, merupakan bagian modal yang masih dibutuhkan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, tetapi beberapa perusahaan juga berusaha untuk mengurangi tingkat penggunaan utang dalam membiayai operasional perusahaan karena dengan meningkatkan utang maka potensi perusahaan mengalami kebangkrutan juga akan besar apabila perusahaan tidak mampu membayar utangnya (Kasmir, 2013:152).

Selain kedua faktor tersebut berkembangnya sebuah perusahaan juga tidak bisa dilepaskan oleh faktor lain yang juga harus di perhatikan oleh pemilik perusahaan. Faktor non keuangan juga perlu diperhatikan oleh pemilik dan pemegang saham karena saat ini investor tidak hanya mengukur berdasarkan analisa rasio laporan keuangan saja, akan tetapi faktor non keuangan juga ikut diperhitungkan oleh investor dalam menentukan investasi, (Putri, 2013). Salah satu faktor non keuangan itu adalah dengan mengungkapkan bentuk pertanggung jawaban sosial perusahaan (*Corporate Sosial Responsibility*). Munculnya UU No 40 tahun 2007, yang menyebutkan bahwa setiap perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan nyatanya belum bisa dilaksanakan dengan sungguh

sebenarnya di Indonesia. CSR menjadi salah satu faktor non keuangan yang sangat diperhatikan oleh investor dalam mempengaruhi nilai sebuah perusahaan karena CSR menjadi gambaran etika bisnis perusahaan dalam aktivitas operasionalnya (Agustina, 2013).

Dewasa ini *Corporate Sosial Responsibility* menjadi salah satu topik yang menarik untuk diteliti karena lemahnya praktik *Corporate Sosial Responsibility* merupakan pemicu utama terjadinya berbagai masalah yang berhubungan antara perusahaan dengan sosial masyarakat dan lingkungan. Salah satu bukti masih lemahnya penerapan CSR yang dilakukan perusahaan adalah dengan terjadinya beberapa kasus perusahaan non pertambangan yang terlibat dengan masalah sosial masyarakat dan lingkungan seperti kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh PT. Leo Graha Sukses Pratama yang berfokus pada industri produksi kertas dan PT. Cisadane Raya Chemical (CRC), yang memproduksi minyak goreng pada tahun 2014. Dimana dari kasus tersebut perusahaan kepengok oleh masyarakat dan PEMDA setempat sedang membuang limbah perusahaan langsung ke sungai Cisadane. Akibatnya masyarakat menuntut izin operasional kedua perusahaan tersebut dicabut (Merdeka.com, 2014).

Hasil survei juga semakin menunjukkan bahwa penerapan CSR di Indonesia belum bisa dilaksanakan dengan maksimal, hal tersebut dapat dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh surat kabar Harian Kompas pada tahun 2007 yang menunjukkan bahwa kegiatan CSR hanya dilakukan $\pm 30\%$ dari seluruh perusahaan yang ada di Indonesia (Azheri, 2012:6-7). Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh organisasi nirlaba Blacksmith Institute yang berbasis di New York dan organisasi Green Cross asal Swiss pada tahun 2013

yang menyatakan bahwa sungai citarum di Jawa Barat masuk dalam daftar 10 besar lokasi paling tercemar di dunia karena pencemaran limbah yang dilakukan oleh perusahaan (Tempo. Co, 2013).

Fenomena studi empiris penelitian yang menggunakan faktor faktor serupa sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, namun masih banyaknya inkonsistensi hasil penelitian dalam menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013), Fitriani (2010), dan Agustina (2013), dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2010), Suranta dan pranata (2003) dalam (Yangs, 2011), dan Sambora (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Inkonsistensi hasil penelitian dalam menganalisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan juga terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2011), dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa leverage memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal itu dikarenakan bahwa semakin besar tingkat leverage yang dimiliki perusahaan akan berdampak pada kebangkrutan perusahaan. Namun penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) dan Sambora (2014), dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan artinya investor lebih melihat bagaimana manajemen mampu menggunakan dana tersebut dengan efektif dan efisien untuk mencapai keuntungan.

Selain masih banyaknya kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh beberapa perusahaan perbedaan hasil penelitian dalam menganalisis hubungan antara pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan juga masih terjadi, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2012) dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013) dan Putri (2013), dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan masalah dan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti merasa perlu meneliti kembali untuk mengetahui dan mengkaji lebih lanjut sehingga mendapatkan bukti empiris dengan menguji kembali faktor faktor tersebut. Hal itu dikarenakan pada penelitian sebelumnya masih menunjukkan perbedaan hasil dari masing masing penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya peneliti mengambil beberapa rumusan masalah untuk lebih memfokuskan dalam membahas penelitian ini, adapun rumusan masalah yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan peneliti sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh, diantaranya:

1. Manfaat Akademisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya tentang pentingnya faktor faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri manufaktur di Indonesia.

2. Bagi Pelaku Bisnis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan sehingga dapat menarik masyarakat untuk mencoba berinvestasi dalam perusahaan.