

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan perusahaan berusaha mempertahankan keunggulan bisnisnya untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan para pemilik saham. Adanya jaminan tersebut, para pemilik saham tidak khawatir menanamkan modalnya. Setiap perusahaan mempunyai tujuan memaksimalkan laba yang diperoleh, namun mengelola perusahaannya diperlukan tanggung jawab sosial dan menaikan kesejahteraan sosial. Sehingga perusahaan selain bertanggung jawab kepada pemiliknya (shareholder) tetapi punya tanggung jawab terhadap semua pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan (stakeholder). Perusahaan dalam perkembangannya berusaha dalam mempertahankan reputasi bisnisnya untuk menaikan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah konsep yang utama bagi investor, karena sebagai indikator dari pasar untuk memberikan nilai pada perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Perusahaan menyisihkan sebagian dana untuk aktifitas CSR akan mendatangkan banyak manfaat bagi dunia bisnis. CSR merupakan alat marketing baru dalam pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilakukan secara berkelanjutan, maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Wijayanti, 2011). Naiknya citra perusahaan akan semakin tinggi loyalitas pada konsumen dalam jangka waktu yang lama, maka secara langsung meningkatkan penjualan dan tujuan akhir yaitu tingginya profitabilitas

perusahaan karena profitabilitas adalah alat ukur perusahaan dalam menentukan efektif atau tidaknya kinerja perusahaan.. Dengan tingginya profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula dengan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya ukuran aset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Riyanto (2013:313), Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva. Perusahaan sendiri dikategorikan dalam dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Ukuran perusahaan bisa mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar nilai perusahaan maka semakin besar pula perusahaan dalam mendapatkan dana secara internal maupun eksternal. Perusahaan yang berskala besar cenderung memiliki kondisi yang stabil dari tahun ke tahun. Peningkatan permintaan saham akan berujung pada naiknya harga saham perusahaan di pasar modal yang mengakibatkan nilai perusahaan naik.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan yang secara aktif bisa terlibat dalam pengambilan keputusan. Menurut Sulistiono (2010), kepemilikan manajerial merupakan keadaan dimana seorang manajer dan direksi menjadi bagian di dalam pemegang saham perusahaan itu sendiri. Pemilik perusahaan sebagai pemegang saham memberikan tugas kepada manajer untuk mengelola perusahaan yang dimiliki dengan semaksimal mungkin

dalam menaikkan nilai perusahaan. Sebagai seorang manajer yang sudah diberi tugas harus bisa mengelola perusahaan dengan mengoptimalkan kinerja perusahaan untuk membuat keputusan yang terbaik bagi pemegang saham.

Dalam penelitian ini, Corporate Social Responsibility digunakan sebagai variabel pemoderasi dikarenakan perusahaan didirikan tidak hanya mempunyai tujuan ekonomi saja tetapi juga tujuan sosial. Tujuan sosial ini lebih menitikberatkan tanggung jawab sosial bukan laba yang sebagai prioritas. Tanggung jawab perusahaan semestinya harus memperhatikan pembangunan ekonomi, sosial serta menjaga lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan sehingga muncul untuk mengurangi dampak negatif akibat aktivitas perusahaan dengan cara pengembangan Corporate Social Responsibility. Persaingan perindustrian saat ini, hampir semua perusahaan yang terdaftar di BEI telah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya. Sesuai dengan pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, pemerintah mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan erat dengan sumber daya alam melakukan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas bisa diartikan dengan sangat luas, namun secara singkat dapat diartikan sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas (Daniri, 2008).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Profitabilitas, Size, Kepemilikan Manajerial dan Corporate Social Responsibility

terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi secara parsial.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Size, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2020)”.

1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas disusun beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *Size* (Ukuran perusahaan) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ?
3. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ?
4. Apakah Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
5. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi ?
6. Apakah *Size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Apakah Responsibility sebagai variabel moderasi ?
7. Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variable moderasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Size* (Ukuran perusahaan) pada perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial pada perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
6. Untuk mengetahui Size pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Apakah Responsibility sebagai variabel moderasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
7. Untuk mengetahui pengaru Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas didapat

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan tentang pemahaman tata kelola yang baik terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemegang Saham (Investor)

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi untuk menilai kinerja perusahaan terlebih dahulu sebelum melakukan investasi di suatu perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber untuk mengetahui penerapan tata kelola terhadap kinerja perusahaan

c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.