

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian menjadi dinamis dengan adanya bisnis yang memiliki potensi untuk tumbuh lebih baik lagi di masa yang akan datang. Bisnis sangat menarik dan sangat berkembang terutama dalam kurun waktu terakhir dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih. Teknologi yang mendukung adanya sistem informasi global. Era eksponensial dimana segala sesuatunya sangat cepat dan sangat masih diyakini akan memberikan dampak yang luar biasa bagi bisnis. Saat ini, era dimana segala sesuatunya dapat terhubung dengan sangat cepat memberikan dampak bagi bisnis. Dampak positif yang dapat didapatkan yaitu dengan semakin terintegrasinya seluruh aliran informasi, sehingga membuka peluang lebih besar lagi bagi banyak sektor untuk berkembang.

Sektor yang ada di Bursa Efek Indonesia memiliki karakteristik masing-masing. Di Bursa Efek Indonesia terdapat sembilan sektor dimana salah satu sektor nya yaitu sektor industri barang dan konsumsi. Industri barang dan konsumsi merupakan salah satu sektor industri yang cukup menarik, hal ini dikarenakan produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Sadar atau tidak sadar, manusia pasti membutuhkannya, adapun sub sektor industri barang konsumsi yaitu industri makanan dan minuman, industri kosmetik, keperluan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi, dan industri peralatan rumah tangga.

Berikut ini tabel nilai data *Price Book Value* (PBV) masing-masing Sub sektor pada Sektor Industri Barang dan Konsumsi pada tahun 2012-2017 :

Tabel 1.1
Data nilai *Price Book Value* (PBV) pada masing-masing Sub sektor pada Sektor Industri Barang dan konsumsi periode 2012-2017

Sub sektor	Jumlah perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Makanan dan minuman	10	5.04	7.58	6.58	5.21	5.19	5.47
Farmasi	7	7.06	6.6	7.22	4.86	12.73	14.57
Kosmetik& Kep.RT	4	17.44	15.69	19.48	24.4	19.52	33.99
Rokok	3	13.12	18.78	16.31	8.7	9.37	10.4
Peralatan R.tangga	2	0.79	0.69	0.6	0.43	0.47	0.62

Sumber: <http://www.idx.co.id> 2012-2017

Dimana setelah diamati berdasarkan tabel 1.1 menggambarkan data rata-rata *Price Book Value* (PBV) pada perusahaan yang ada di sektor Industri Barang dan Konsumsi. Saat ini yang menjadi pusat perhatian yaitu pada sub sektor makanan dan minuman, dapat dilihat pada sub sektor ini mengalami penurunan nilai PBV(*Price Book Value*) paling lama dibandingkan dengan beberapa Sub sektor lain nya. Dimana pada tahun 2012 rata-rata nilai PBV (*Price Book Value*) sebesar 5.04, kemudian pada tahun 2013 mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu sebesar 7.58. dan dari tahun 2013 sampai dengan 2014 terus mengalami penurunan hingga mencapai 5.19.

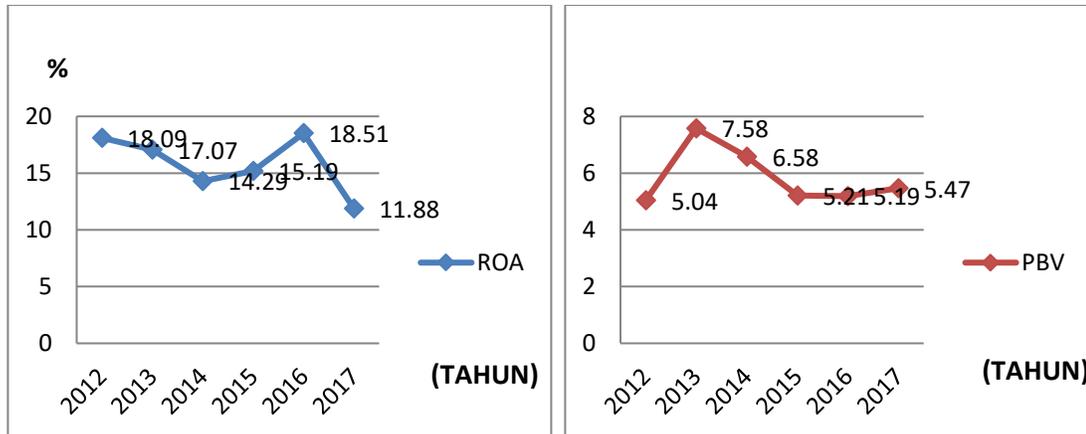
Sub sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang cukup berpeluang memiliki pertumbuhan tinggi karena memiliki produk kebutuhan harian yang ditawarkan dan hingga saat ini memiliki pertumbuhan baik. Penelitian ini melihat apakah nilai perusahaan berpengaruh terhadap beberapa faktor yang mempengaruhinya. Tujuan utama seorang manajer perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Berzkalne, 2014). Beberapa faktor yang

mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan dan *corporate social responsibility*. Penelitian terdahulu memberikan hasil bahwa faktor tersebut berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*firm's value*). Nilai perusahaan pada umumnya ditunjukkan dari nilai *price to book value* (PBV). Menurut Brigham dan Houston (2011), PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Dimana nilai buku perusahaan (*book value share*) adalah perbandingan antara ekuitas saham biasa dengan jumlah saham yang beredar.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan didukung oleh teori sinyal. Menurut Brigham dan Houston (2011), teori sinyal menunjukkan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Apabila nilai profitabilitas meningkat, maka ini berarti perusahaan mampu menggunakan asetnya secara produktif sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Dalam konsep teori sinyal, hal ini akan menjadi suatu sinyal positif dari manajemen yang digunakan untuk memberikan gambaran tentang masa depan suatu perusahaan berdasarkan tingkat profitabilitas yang terbentuk dan secara langsung akan meningkatkan nilai perusahaan yang diindikasikan dengan semakin meningkatnya harga saham. Pada hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan, peneliti mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2015), yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Jika profitabilitas semakin tinggi, maka nilai perusahaan juga semakin tinggi.

Berikut disajikan grafik rata-rata profitabilitas (ROA) dan nilai perusahaan (PBV) pada Sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017.

Grafik 1.1
Rata-rata Nilai ROA dan PBV di Sub sektor Makanan dan Minuman periode 2012-2017.



Berdasarkan grafik dapat dilihat bagaimana perbandingan rata-rata profitabilitas terhadap nilai perusahaan selama 6 tahun pada Sub sektor Makanan dan Minuman, jika diamati rata-rata nilai ROA berbanding terbalik dengan rata-rata nilai PBV dapat dilihat kecuali tahun 2013. Dari data diatas pada saat nilai ROA mengalami kenaikan, nilai PBV mengalami penurunan, dimana seharusnya meningkatnya ROA maka dengan begitu meningkat pula laba suatu perusahaan. Laba yang meningkat akan mengakibatkan peningkatan juga pada nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan, semakin tingginya harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai *price book value*. Dimana rata-rata ROA pada tahun 2012-2014 mengalami penurunan yaitu dari 18.09 sampai 14.29 dan mengalami peningkatan, pada tahun 2014-2016 sebesar 14.29 sampai 18.51.

Sedangkan rata-rata PBV pada tahun 2012-2013 mengalami peningkatan sebesar 5.04 sampai 7.58 dan tahun 2013-2016 mengalami penurunan sebesar 7.58 sampai 5.19. Dengan begitu dapat disimpulkan perbandingan rata-rata profitabilitas (ROA) dan nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017 tidak sesuai dengan *signalling theory*.

Menurut Brigham dan Houston (2011) dimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan didukung teori sinyal. Teori sinyal menunjukkan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Apabila nilai profitabilitas meningkat, maka ini berarti perusahaan mampu menggunakan asetnya secara produktif sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Dalam konsep teori sinyal, hal ini akan menjadi suatu sinyal positif dari manajemen yang digunakan untuk memberikan gambaran tentang masa depan suatu perusahaan. Berdasarkan tingkat profitabilitas yang terbentuk dan secara langsung akan meningkatkan nilai perusahaan yang diindikasikan dengan semakin meningkatnya harga saham. Kesimpulan dari *signalling theory* bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Jika profitabilitas semakin tinggi, maka nilai perusahaan juga semakin tinggi (Nugroho, 2012).

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan *price to book value* (PBV), yang merupakan perbandingan harga pasar dari suatu saham dengan nilai bukunya. Nilai buku adalah perbandingan antara modal dengan jumlah saham yang beredar. Berdasarkan nilai bukunya, PBV menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan

mampu menciptakan nilai yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Berdasarkan rasio PBV, dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang baik ketika nilai PBV diatas satu yaitu nilai pasar lebih besar dari pada nilai buku perusahaan sebaliknya, apabila PBV dibawah nilai satu mencerminkan nilai perusahaan tidak baik. Sehingga persepsi investor terhadap perusahaan juga tidak baik, karena dengan nilai PBV dibawah satu menggambarkan harga jual perusahaan lebih rendah dibandingkan nilai buku perusahaan (Nani, 2012)

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi setiap tahunnya memiliki kecenderungan untuk menggunakan modal sendiri dibandingkan dengan menggunakan hutang (Kesuma, 2009). Hal tersebut terjadi disebabkan perusahaan yang mengalami peningkatan laba mencerminkan bahwa perusahaan mempunyai kinerja yang baik, sehingga menimbulkan sentimen positif dari investor dan dapat membuat harga saham perusahaan mengalami peningkatan. (Wijaya, 2015) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jayaningrat dkk (2017); Rizqia dkk, (2013); Wijaya, (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Salah satu faktor penting yang harus diperhatikan investor dalam menilai kinerja perusahaan adalah melihat tingkat likuiditas perusahaan tersebut. Rasio likuiditas yang tinggi menggambarkan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya, karena semakin tingginya likuiditas maka peluang usaha semakin lancar sehingga profitabilitas meningkat. Dengan peningkatan profitabilitas tersebut menunjukan kinerja perusahaan meningkat sehingga persepsi investor terhadap nilai perusahaan

semakin baik (Sartono, 2010:144). Menurut Wati (2013) dan Suarnawa (2016) menemukan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian (Mafizatun, 2013) likuiditas perusahaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Indikator pertumbuhan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertumbuhan aset. Pertumbuhan aset diartikan sebagai perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya (Suastini, 2016). Pertumbuhan perusahaan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Machfoedz, 1996). Pertumbuhan perusahaan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau system ekonomi untuk industri yang sama. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil yang positif. Pertumbuhan cepat juga memaksa sumber daya manusia yang dimiliki untuk secara optimal memberikan kontribusinya (Kadek, 2011). Hasil Penelitian Syardiana, dkk (2015) dan Suastini, dkk (2016) mendapatkan hasil bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut bertentangan dengan hasil Penelitian (Sudiani, 2016) yang menemukan bahwa pertumbuhan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Saat ini banyak perusahaan mengembangkan *corporate social responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi

perusahaan Kusumadilaga (2010). Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR) sebenarnya telah menjadi perbincangan beberapa dekade lalu, dan kini juga tengah marak ditingkat nasional maupun global. CSR (*corporate social responsibility*) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Saat ini perusahaan semakin memperhatikan tanggung jawab sosialnya, karena kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya (Scholtens, 2008). Dengan diterapkannya program *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan akan menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* sehingga hal ini dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (McWilliams, 2001). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Retno (2012), dan penelitian Sholekah (2014), mendapatkan hasil *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Menurut penelitian Stacia (2015) dan Ardimas (2014) *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dengan memperhatikan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu dimana *research gap* yang terlihat dan variasi hasil penelitian sebelumnya. Peneliti tertarik untuk meneliti kembali, perbedaan penelitian yang akan dilakukan adalah tentang variabel independen, rentang waktu penelitian dan objek penelitian. Penelitian yang akan dilakukan adalah profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini akan mengambil data dengan waktu pengamatan enam

tahun mulai dari 2012 sampai dengan 2017 dengan objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini meninjau kembali penelitian terdahulu Hasibuan, dkk (2016) yang meneliti tentang “Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015” perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu yaitu objek yang diteliti berbeda, peneliti menggunakan objek Sub sektor Properti dan *Real Estate*, data dan tahun penelitian berbeda yaitu 2012-2015. Metode analisis pada penelitian ini juga berbeda dan proksi yang dipakai pada penelitian ini juga berbeda. Serta dalam penelitian ini menambahkan variabel lain yaitu likuiditas, pertumbuhan perusahaan dan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan dan penelitian terdahulu yang telah ada maka penulis tertarik untuk mengangkat penelitian ini dengan judul “**Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2017**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas , maka rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017?

2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017?
3. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017?
4. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017?

1.3 Tujuan dari penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017.
2. Untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017.
3. Untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017.
4. Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk ilmu pengetahuan dan bahan referensi bagi penelitian berikutnya.

2. Bagi Perusahaan

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

3. Bagi Calon Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan pada saat melakukan investasi pada suatu perusahaan.