

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian**

Perkembangan dunia bisnis saat ini dapat dikatakan sangat pesat dengan tingkat persaingan yang semakin ketat, begitupula industri yang ada di Indonesia. Seperti halnya perusahaan manufaktur pada sub sektor makanan dan minuman yang masih menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur di Indonesia. Pada tahun 2018 tercatat bahwa sub sektor makanan dan minuman memiliki porsi kontribusi terbesar yaitu 6,33% terhadap PDB nasional semester I 2018 (Movanita, 2018). Hal itu disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan dan minuman yang tidak akan berhenti, karena merupakan kebutuhan masyarakat. Artinya perusahaan makanan dan minuman harus mampu bertahan di tengah kondisi perekonomian dan mempunyai perkembangan yang baik sehingga dapat menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan yang akan ditawarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan analisis data laporan keuangan dan tahunan perusahaan, maka diperoleh data pertumbuhan nilai perusahaan pada beberapa sub sektor yang termasuk dalam sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2018. Adapun data pertumbuhan nilai perusahaan disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1  
Data Pertumbuhan Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2018.

Sub Sektor	Rata-rata Nilai Perusahaan		Pertumbuhan Nilai Perusahaan (%)
	2017	2018	
Makanan dan Minuman	7,00	5,51	-21,29
Rokok	6,01	4,78	-20,46
Farmasi	5,78	6,54	13,15
Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga	1,07	7,94	642,06
Peralatan Rumah Tangga	0,67	0,96	43,28

Sumber: Laporan keuangan dan tahunan (IDX) perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode 2017 – 2018.

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa sub sektor makanan dan minuman merupakan sub sektor yang memiliki nilai perusahaan paling rendah pada sektor barang konsumsi, sehingga subjek yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sub sektor makanan dan minuman.

Sebuah perusahaan harus mampu mengontrol potensi finansial maupun non finansial dalam mencapai tujuan perusahaan. Artinya perusahaan tidak hanya memperhatikan potensinya dalam bidang finansial saja seperti laba perusahaan. Namun, perusahaan juga harus memperhatikan potensinya dalam bidang non finansial yang nantinya berdampak pada keberlanjutan hidup perusahaan. Tujuan yang paling mendasar suatu perusahaan adalah memaksimalkan laba, namun ada nilai perusahaan yang menjadi tujuan jangka panjang perusahaan selain laba. Nilai perusahaan digunakan sebagai strategi kompetitif dalam memberikan sinyal positif kepada calon investor agar berinvestasai pada suatu perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor jika perusahaan tersebut dijual. Apabila perusahaan dipandang memiliki tingkat nilai yang tinggi, maka investor juga memiliki persepsi terhadap tingkat

keberhasilan perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang. Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya yang mampu memberikan kemakmuran bagi pemegang saham. Dalam hal ini investor dapat menilai suatu perusahaan dari pergerakan harga sahamnya dalam pengambilan keputusan berinvestasi pada suatu perusahaan. Pengukuran terhadap nilai perusahaan dapat dilakukan melalui beberapa rasio, yaitu: *Price Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), dan Tobin's Q. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diprosikan dengan PBV, dimana nilai perusahaan ditentukan dari nilai pasar saham terhadap nilai buku (Kasmir, 2009). Nilai buku yang bersifat stabil digunakan investor untuk membandingkan suatu perusahaan dalam keputusan berinvestasi.

Nilai perusahaan akan meningkat apabila perusahaan memiliki ukuran besar yang tercermin dari total aset perusahaan dan memperhatikan potensi non finansialnya dalam mencapai tujuan jangka panjang. Sejalan dengan McWilliam dan Siegel (2000) yang menyatakan nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan kondisi finansial dan non finansial seperti dimensi sosial dan lingkungan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, total penjualan, dan nilai ekuitasnya. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan dan sekaligus dapat menjadi sinyal positif bagi calon investor

dalam keputusan investasi. Perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil terutama dalam *return* saham yang akan direspon positif oleh investor dan membuat harga saham meningkat sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007 dalam Hansen, 2014).

Ukuran perusahaan diukur dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan karena nilai total aset relatif stabil dan apabila nilai total aset yang dihasilkan perusahaan besar, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan memiliki prospek yang baik dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang total asetnya kecil. Untuk mengukur ukuran perusahaan dengan besarnya total aset suatu perusahaan maka dapat disederhanakan dengan mentransformasikan logaritma natural ( $\ln$ ) dari total aset, karena besarnya total aset masing-masing perusahaan berbeda bahkan memiliki selisih yang besar, sehingga menyebabkan nilai yang ekstrim.

Perusahaan dalam mencapai tujuannya meningkatkan nilai perusahaan tidak hanya memperhatikan potensi di bidang finansial, namun juga harus memperhatikan potensi di bidang non finansial. Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan kondisi non finansial yang perlu diperhatikan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen bisnis yang mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat, baik dari segi bisnis maupun untuk pembangunan (Rahmawati, 2012). CSR didudukkan sebagai investasi sosial yang dilakukan secara terencana dan diungkapkan dalam laporan tahunan

perusahaan. Semakin luas item pengungkapan CSR yang dipublikasikan perusahaan, maka akan memberikan dampak yang positif bagi *stakeholder* baik dari masyarakat, maupun investor yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

CSR dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan mempertimbangkan berbagai masalah sosial dan lingkungan dalam meningkatkan nilai perusahaan (Brine, 2008 dalam Putri 2015). Pengungkapan CSR dalam penelitian ini mengacu pada GRI G-4 yang terdiri dari tiga kategori dan 91 item pengungkapan. Berikut data mengenai ukuran perusahaan, CSR, dan PBV pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2018 dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2  
Ukuran Perusahaan, CSR dan PBV pada Perusahaan  
Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Periode 2017 – 2018.

Nama Perusahaan	Tahun	Variabel		
		Ukuran Perusahaan (kali)	CSR (%)	PBV (kali)
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	2017	29,81	54,9	14,20
	2018	29,90	57	13,10
PT. Siantar Top Tbk	2017	28,48	5,5	4,12
	2018	28,60	5,5	1,78
PT. Campina Ice Cream Industry Tbk.	2017	27,82	29,67	8,32
	2018	27,64	35,16	6,45

Sumber: Laporan keuangan dan tahunan (IDX) perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode 2017 – 2018.

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan CSR pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2017 – 2018 mengalami peningkatan. Namun, peningkatan ukuran perusahaan dan CSR tidak disertai dengan peningkatan nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan McWilliam

dan Siegel (2000) yang menyatakan nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan kondisi finansial dan non finansial seperti dimensi sosial dan lingkungan. Kondisi ini juga tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran pada PT. Siantar Top Tbk tahun 2017 – 2018 mengalami peningkatan. Namun, peningkatan ukuran perusahaan tidak disertai dengan peningkatan nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan Sujoko dan Soebiantoro (2007) dalam Hansen (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat menunjukkan suatu perusahaan dalam kondisi stabil terutama dalam *return* saham yang akan direspon positif oleh investor dan membuat harga saham meningkat sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Kondisi tersebut juga tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2016) dan Lestari (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rumondor (2015) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

CSR pada PT. Campina Ice Cream Industry Tbk. tahun 2017 – 2018 mengalami peningkatan. Namun, peningkatan CSR tidak disertai dengan peningkatan nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan Brine (2008) dalam Putri (2015) yang menyatakan bahwa CSR dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan mempertimbangkan berbagai masalah sosial dan lingkungan

dalam meningkatkan nilai perusahaan. Kondisi tersebut juga tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saridewi (2016) dan Murnita (2018) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardimas (2014) dan Harfez (2016) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kesenjangan teori dengan fakta yang diperoleh dan tidak konsistennya hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai berikut.

- (1) Terjadinya fluktuasi ukuran perusahaan, CSR, dan nilai perusahaan.
- (2) Terjadinya peningkatan ukuran perusahaan dan CSR namun tidak diimbangi dengan peningkatan nilai perusahaan.
- (3) Terjadinya penurunan ROA dan ROE pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
- (4) Adanya kesenjangan teori dengan kenyataan pada beberapa hasil penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan.

### 1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia maka penelitian ini membatasi pada permasalahan mengenai ukuran perusahaan, CSR, dan nilai perusahaan.

### 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

- (1) Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- (2) Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- (3) Apakah ada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



- (2) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (3) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **1.6 Manfaat Hasil Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun uraian manfaat penelitian ini sebagai berikut.

#### **(1) Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang manajemen keuangan khususnya mengenai ukuran perusahaan, CSR, dan nilai perusahaan.

#### **(2) Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan sumbangan pemikiran serta informasi yang diperoleh dari hasil pengaruh ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.