

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan aktivitas ekonomi di berbagai sektor industri merupakan bukti bahwa perekonomian melaju pesat. Perkembangan ekonomi ini mendorong berdirinya banyak bisnis baru di tingkat lokal dan internasional yang menyebabkan persaingan makin erat. Bisnis dianjurkan cepat beradaptasi serta berinovasi agar dapat bertahan dari bermacam kompetisi. Menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu meningkatkan nilainya, baik untuk bertahan maupun memenangkan persaingan (Farizki et al., 2021). Peningkatan nilai dapat dicapai dengan menyeimbangkan antara tujuan jangka panjang dalam peningkatan nilai perusahaan yang berkelanjutan dan sasaran sementara misalnya mengoptimalkan profit menggunakan kapasitas tersedia. Salah satu kunci kinerja jangka panjang perusahaan ialah peningkatan nilai, yang biasanya tergambar pada harga saham (Harsono, 2019).

Menurut Rossa et al. (2023), nilai perusahaan ialah hasil yang digapai sebuah perusahaan, yang mencerminkan kepercayaan masyarakat atas perusahaan setelah menjalani berbagai kegiatan sejak awal dibangun sampai kini. Nilai perusahaan menggambarkan bagaimana masyarakat menilai kredibilitas, kemampuan, dan potensi perusahaan dalam menciptakan nilai dan memberikan manfaat di masa depan. Nilai perusahaan juga berperan sebagai panduan bagi investor ketika menentukan keputusan investasi dan mengukur sejauh mana tujuan perusahaan

telah tercapai (Setiawati & Lim, 2016). Kian tinggi nilai perusahaan, kian besar kepercayaan investor terhadap manajemen, yang umumnya tercermin dalam kenaikan harga saham (Ratu & Praptoyo, 2021). Kenaikan harga saham menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik dan menjadikannya lebih menarik bagi para investor. Kenaikan harga sebuah bisnis berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan pemilik modal, karena tingginya nilai tersebut biasanya membawa peningkatan keuntungan bagi mereka. Oleh sebab itu, memastikan serta peningkatan nilai perusahaan menjadi penting untuk pemastian pertumbuhan berkelanjutan serta memaksimalkan keuntungan bagi investor.

Price to Book Value (PBV) ialah satu diantara indikator finansial berguna mengkaji valuasi suatu bisnis. Rasio PBV menggambarkan bagaimana pasar menilai kinerja dan potensi pertumbuhan suatu perusahaan melalui perbandingan harga pasar saham atas nilai buku per sahamnya (Ratu & Praptoyo, 2021). PBV yang tinggi memperlihatkan bahwasannya investor percaya perusahaan dapat menciptakan untung yang lebih besar dari modal yang diinvestasikan. PBV digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu harga saham *undervalued* (Widyanti & Yadnya, 2017). Modal dianggap *overvalued* apabila angka PBV melampaui 1, memperlihatkan kurs saham usaha melebihi harga bukunya, sedangkan saham dinilai *undervalued* apabila nilai PBV tidak mencapai 1, yang artinya besaran modal perusahaan tidak setinggi nilai catatan pembukuannya. Tingginya nilai PBV akan memengaruhi harga saham perusahaan, karena kian besar rasio PBV, maka kian tercapai perusahaan dalam mewujudkan nilai untuk

pemegang saham. Kian besar rasio PBV, kian tinggi pula investor menilai perusahaan.

Profitabilitas menjadi faktor krusial yang mampu memengaruhi nilai perusahaan, yang menjadi indikator utama dan sering menjadi perhatian investor (Setiawati & Lim, 2016). Menurut Muharramah & Hakim (2021), profitabilitas adalah ukuran yang menggambarkan efisiensi operasional perusahaan dan mencerminkan kemampuan perusahaan guna menciptakan laba di jangka waktu tertentu. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi umumnya dianggap mengelola modal dan aset dengan lebih efektif, yang meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Peningkatan harga saham seringkali merupakan hasil dari profitabilitas tinggi, dan hal ini pada akhirnya meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham (Apridawati & Hermanto, 2020). Profitabilitas perusahaan mampu dinilai melalui penggunaan rasio seperti ROA. ROA mengukur kecakapan perusahaan ketika menciptakan laba dari asetnya, sehingga kian tinggi ROA, maka kian tinggi pula kecakapan perusahaan dalam menciptakan laba. Dengan demikian, tingkat profitabilitas yang tinggi menjadi tanda penting bahwasannya suatu perusahaan mempunyai masa depan yang menjanjikan serta dapat menarik investor.

Temuan Wiranata et al. (2023) mengindikasikan bila efisiensi keuntungan berpengaruh nyata atas nilai perusahaan. Apridawati & Hermanto (2020) menjabarkan bahwasannya potensi laba berkontribusi atas valuasi bisnis. Di samping itu, pengkajian Farizki et al. (2021) memperlihatkan rentabilitas berefek negatif atas kapitalisasi pasar, di mana dinyatakan bahwa perusahaan tidak memperoleh laba yang tinggi, sehingga tidak mampu mewujudkan peningkatan

nilai perusahaan serta mengurangi minat investor. Suatu perusahaan yang menciptakan laba tinggi mampu dalam membayar dividen, yang akan berakibat atas meningkatnya nilai keseluruhan perusahaan. Perusahaan akan menarik lebih banyak investor dengan adanya profitabilitas yang meningkat.

Likuiditas menjadi faktor selanjutnya yang mampu memengaruhi nilai perusahaan, yang menjadi kecakapan perusahaan ketika mencukupi liabilitas temporerenya sesuai tenggatnya. Entitas bisnis disertai likuiditas baik menggambarkan perusahaan itu dapat mencukupi utang-utang jangka pendek saat jatuh tempo, yang artinya menunjukkan performa yang baik di mata investor (Dewi & Ekadjaja, 2020). Kecakapan perusahaan ketika mencukupi kewajiban jangka pendek meningkat seiring atas likuiditasnya, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan investor. Contoh pengukurannya melalui *Current Ratio* (CR), membandingkan harta dengan tanggungan temporer. Jika kekayaan itu melampaui utang jangka pendek, bisnis dianggap dalam kondisi yang sehat. Selain itu, tingginya tingkat likuiditas memberikan keyakinan kepada investor bahwasannya perusahaan mampu mempergunakan sumber dayanya dengan optimal untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang likuid lebih menarik bagi pemodal, nantinya menimbulkan meningkatnya jumlah modal. Perusahaan dianggap likuid jika aset lancarnya melebihi utang jangka pendeknya, yang menunjukkan kondisi keuangan yang sehat serta mampu meningkatkan kepercayaan investor atas perusahaan (Saputri & Giovanni, 2021).

Temuan Bitu et al., (2021) memperlihatkan bahwasannya kewajiban turut berkontribusi atas ekuitas pasar, ketika penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan disertai tingkatan likuiditas tinggi akan lebih disukai investor. Temuan Abbas et al. (2020) menyatakan bahwasannya likuiditas berdampak positif namun tidak terlalu menonjol atas nilai bisnis, ia menuturkan bahwasannya kian besar likuiditas perusahaan, kian tinggi harga suatu usaha terkait. Tidak selaras dalam studi Akbar & Fahmi (2020) menjabarkan bahwasannya hutang bisnis berefek negatif serta nyata atas ekuitas bisnis, dimana penelitiannya menjelaskan bahwa pengelolaan aset yang kurang optimal tercermin pada perusahaan dengan likuiditas tinggi karena aset lancar tidak digunakan secara efektif. Temuan itu memerlukan kajian lebih lanjut.

Ukuran perusahaan menunjukkan kapasitas serta kekuatan finansial perusahaan dalam menjalankan operasinya (Aditomo & Meidiyustiani, 2023). Ukuran perusahaan menjabarkan besarnya perusahaan, yang ditetapkan total aset, penjualan, serta ekuitasnya. Kian besar ukuran perusahaan, kian banyak modal serta aset yang digunakan guna mendorong pertumbuhannya (Rossa et al., 2023). Perusahaan yang lebih besar menyumbang pertanda positif bagi investor karena memiliki potensi keuntungan mengungguli serta stabilitas keuangan kian baik. Dengan demikian, perusahaan dengan ukuran besar umumnya dipandang lebih bernilai karena dinilai lebih mampu mengendalikan risiko dan menghasilkan keuntungan yang signifikan.

Temuan oleh Barokah et al. (2023) memperlihatkan bahwasannya skala usaha menyajikan dampak menguntungkan atas valuasinya. Pengkajian terkait tidak sama

pada pengkajian Clarinda et al. (2023) yang memperlihatkan bahwasannya skala bisnis mempunyai kontribusi negatif kuat atas valuasi sebuah bisnis. Situasi terkait memperlihatkan bahwasannya bisnis yang memiliki aset besar dapat menimbulkan kekhawatiran investor, sehingga dapat mengurangi ekuitasnya.

Selain likuiditas, profitabilitas hingga ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* juga dapat menjadi indikator berpengaruh atas harga suatu usaha. *Corporate social responsibility* (CSR) ialah kewajiban bisnis guna berperilaku dengan bertanggung jawab, tidak hanya berfokus pada profit namun turut menjaga lingkungan serta mendorong kesejahteraan masyarakat disekitar (Angraini & Murtanto, 2023). CSR merupakan aspek penting dalam menilai nilai perusahaan, karena perusahaan memuat tanggung jawab atas masyarakat serta pihak berkepentingan lainnya, seperti karyawan dan pemegang saham. Ketika CSR dijalankan dengan baik, masyarakat akan merasa aman dan sejahtera, sehingga akan meningkatkan reputasi perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan mengabaikan tanggung jawab sosialnya, hal ini dapat merusak citra serta nilai perusahaan dan menimbulkan ketidakpuasan masyarakat.

Hasil penelitian Sulbahri (2021) menyatakan bahwasannya CSR berpengaruh positif atas nilai perusahaan, yang artinya CSR yang dijalankan dengan optimal nantinya memicu peningkatan nilai perusahaan. Berbeda dengan temuan Afifah et al. (2021) menjelaskan bahwasannya CSR berpengaruh negatif atas valuasi bisnis. Bisnis berkeyakinan besar biasanya memiliki operasi yang lebih berkelanjutan, yang nantinya menyumbang keyakinan kuat kepada investor untuk melakukan investasi. Dimana pernyataan tersebut sejalan dengan temuan Khofifah et al. (2022)

menjelaskan bahwasannya CSR berkontribusi baik serta nyata atas ekuitas sebuah perusahaan. Namun, tidak selaras atas temuan Utami & Kushermanto (2024) yang menuturkan bahwasannya CSR berasosiasi negatif atas kapitalisasi pasar. Perbedaan studi didampaki oleh aspek internal ataupun eksternal sebuah usaha.

Bisnis bidang non-keuangan dipilih sebagai fokus penelitian ini karena memiliki beragam aktivitas bisnis, sehingga memungkinkan analisis yang lebih menyeluruh terhadap profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan CSR. Sektor non-keuangan memiliki struktur laporan keuangan yang lebih konsisten dibandingkan sektor keuangan, sehingga variabel penelitian dapat diukur dengan lebih akurat. Selain itu, penerapan CSR pada sektor non-keuangan justru beragam serta mengandung dampak yang lebih nyata, sehingga lebih relevan guna diteliti kaitannya dengan nilai perusahaan.

Dari penjabaran terkait, maka penulis berminat meneliti disertai tema berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Non-Kuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)”.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu penjabaran, mampu dirumuskan permasalahan:

1. Apakah profitabilitas berdampak atas nilai perusahaan dalam bidang non-keuangan termuat pada BEI jangka waktu 2019-2023?
2. Apakah likuiditas berefek atas nilai perusahaan bidang non-keuangan termuat pada BEI periode 2019-2023?

3. Apakah ukuran perusahaan berdampak atas nilai perusahaan bidang non-keuangan termuat pada BEI kurun waktu 2019-2023?
4. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh atas nilai perusahaan dalam ranah sektor non-keuangan termuat pada BEI kurun waktu 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan perumusan permasalahan, mampu dikatakan maksud dicapai dalam pengkajian ialah:

1. Guna mengkaji efek profitabilitas atas nilai perusahaan dalam perusahaan non-finansial termuat pada BEI kurun 2019-2023.
2. Guna mengkaji pengaruh likuiditas atas nilai perusahaan bidang selain keuangan yang termuat dalam BEI jangka waktu 2019-2023.
3. Mengkaji efek skala perusahaan atas nilai perusahaan sektor non-keuangan termuat pada BEI Indonesia masa 2019-2023.
4. Mengkaji pengaruh CSR atas nilai perusahaan bidang non-keuangan termuat di BEI kurun waktu 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Pengkajian terkait harapannya mampu menyumbang manfaat berikut:

1. Untuk Perusahaan

Penelitian ini harapannya mampu membantu perusahaan mengembangkan strategi pengelolaan sumber daya dan investasi yang lebih efisien di jangka

panjang untuk mendorong peningkatan nilai perusahaan serta membantu dalam membuat keputusan.

2. Untuk Investor

Diharapkan penelitian ini akan membantu investor dalam membuat keputusan investasi dengan menilai kondisi keuangan dan prospek perusahaan dengan mempertimbangkan likuiditas, ukuran perusahaan, CSR, serta profitabilitas.

3. Untuk Penulis

Diharapkan penelitian ini akan membantu penulis memperluas pengetahuan mereka tentang aspek profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan CSR serta pengaruhnya atas valuasi sebuah bisnis.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam pengkajian, temuan disajikan dengan lima induk dengan pembahasan terstruktur melalui sistematika yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini membahas landasan riset, fokus permasalahan, sasaran hingga nilai guna penelitian, termasuk penjelasan mengenai susunan tulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian kedua membahas kajian teori sebagai dasar riset, tinjauan studi sebelumnya, sugaan sementara, hingga kerangka konseptual.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ketiga menjelaskan desain studi, kategori serta asal informasi, prosedur perolehan data, populasi disertai sampel, indikator penelitian, serta pendekatan analisisnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab menguraikan deskripsi tentang sampel studi hingga hasil analisa temuan yang telah didapatkan.

BAB V PENUTUP

Bagian terakhir mencakup simpulan studi, kendala yang dihadapi, serta rekomendasi diberikan berdasarkan hasil temuan.

