

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya situasi perekonomian yang begitu pesat pada masa sekarang ini menjadikan perusahaan melakukan berbagai strategi demi menciptakan nilai perusahaan yang baik sebagai cerminan dari kondisi perusahaan. Perusahaan haruslah bertujuan memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan cara memaksimalkan harga saham perusahaan. Manajemen Keuangan memiliki tujuan memaksimalkan nilai dari perusahaan. Menarik perhatian para investor terhadap perusahaan merupakan tujuan meningkatkan nilai perusahaan (Pramana dan Mustanda, 2016). Meningkatnya nilai saham suatu perusahaan tergantung pada seberapa baik kinerja keuangan perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai suatu perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang semakin tinggi pula.

Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan suatu perusahaan sebab memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang. Menurut wijaya dan Sedana (2015) nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham suatu perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah Price Book Value (PBV). Brigham dan Houston (2015) menyatakan *price to book value* (PBV) adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi PBV maka semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dari para pemegang saham yang merupakan tujuan utama suatu perusahaan. Perusahaan yang baik umumnya mempunyai

rasio PBV lebih besar satu (>1), yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar daripada nilai buku perusahaan (*overvalued*). Sebaliknya jika nilai PBV (<1), berarti nilai pasar saham kecil dari nilai bukunya (*undervalued*).

Tujuan perusahaan melakukan investasi saham adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dengan cara memaksimalkan nilai saham perusahaan yang pada akhirnya akan mencerminkan harga saham tersebut. Harga saham merupakan salah satu indikator minat dari calon investor untuk memiliki saham suatu perusahaan, jika harga saham suatu perusahaan selalu mengalami kenaikan, maka investor atau calon investor menilai bahwa perusahaan berhasil dalam mengelola usahanya.

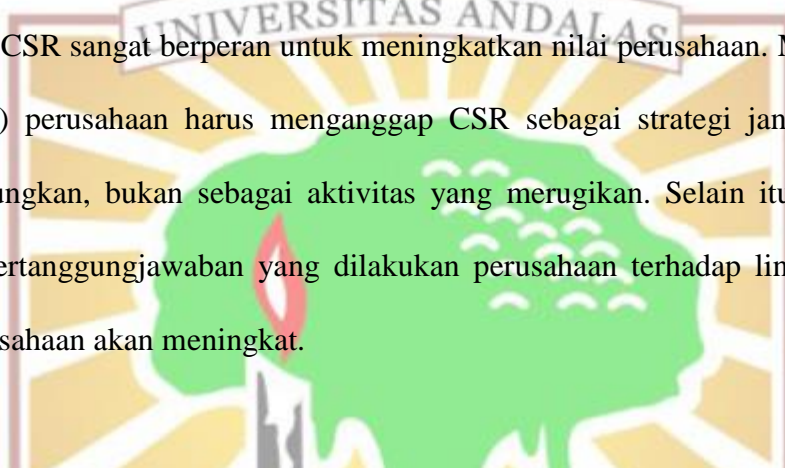
Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain faktor struktur modal oleh (Sari et al., 2018), faktor keputusan investasi oleh Ningrum dan Priyadi (2017), Faktor *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh (Yulandani et al., 2018). Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Struktur modal. Struktur Modal adalah pendanaan permanen yang terdiri dari utang jangka panjang, saham *preferen*, dan modal pemegang saham. Struktur modal mencakup mengenai keputusan pendanaan. Hal tersebut sangat penting bagi perusahaan untuk dapat menjalankan operasinya. Manajer dapat menggunakan utang sebagai sinyal yang lebih terpercaya untuk para investor. Ini karena perusahaan yang meningkatkan utang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Jadi penggunaan utang merupakan tanda atau sinyal positif dari perusahaan yang dapat membuat para investor menghargai nilai saham lebih besar dari pada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan, sehingga nilai perusahaan tinggi Ayem dan Nugroho (2016).

Struktur modal merupakan gambaran atas pemakaian utang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan struktur modal sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan Suwardika dan Mustanda (2017) . Struktur modal dalam penelitian ini diukur menggunakan debt to equity ratio (DER). Penggunaan DER dikarenakan rasio ini dapat menunjukkan perimbangan antara utang dengan modal sendiri sehingga dapat menjadi informasi yang diperlukan investor. Penelitian mengenai pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan telah diteliti sebelumnya. Isola (2014) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa ditunjukkan oleh penelitian Gayatri dan Mustanda (2013) serta penelitian oleh Kausar et al. (2014) yang menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian dari Chen dan Shun-Yu (2011) bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hasil tersebut didukung dengan pernyataan dari Sutrisno (2016). Dewi dan Badjra (2017) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain struktur modal faktor lain yang berkenaan dengan nilai perusahaan adalah keputusan investasi. Keputusan investasi sering dianggap sebagai keputusan terpenting dalam pengambilan keputusan manajer keuangan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Pendapat Hartono (2009) memperjelas bahwa “keputusan investasi merupakan langkah awal untuk menentukan jumlah aktiva yang dibutuhkan perusahaan secara keseluruhan sehingga keputusan investasi ini merupakan keputusan terpenting yang dibuat oleh perusahaan”.

Dalam hubungannya dengan nilai perusahaan, maka setiap keputusan investasi yang dibuat oleh manajer keuangan akan berdampak terhadap harga saham perusahaan tersebut.

Selain keputusan investasi faktor lain yang dianggap dapat menentukan nilai perusahaan adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*). Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Heinkel et al. (2001) perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan. Selain itu, semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya maka nilai perusahaan akan meningkat.



Penelitian ini menggunakan obyek perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI (*Sustainable and Responsible Investment*). SRI KEHATI adalah sebuah yayasan yang diluncurkan Bursa Efek Indonesia khusus bagi perusahaan yang melakukan praktek CSR. Diharapkan dengan peluncuran indeks SRI KEHATI ini masyarakat mengenal adanya indeks yang menggambarkan perusahaan-perusahaan yang menguntungkan secara ekonomi dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan hidup. Penelitian tentang pengungkapan CSR dalam laporan tahunan secara tidak langsung akan meningkatkan laba perusahaan yang terdaftar dalam BEI. Karena dampak yang ditimbulkan dari praktek CSR sangat baik dan positif untuk kelangsungan perusahaan di jangka yang panjang.

Tujuan dibentuknya indeks ini adalah untuk memberikan informasi secara terbuka kepada masyarakat luas mengenai ciri dari perusahaan terpilih pada indeks SRI KEHATI yang dianggap memiliki bermacam bentuk pertimbangan dalam usahanya berkaitan dengan kepedulian pada lingkungan, tata kelola perusahaan, keterlibatan masyarakat, sumber daya manusia, hak asasi manusia, dan perilaku bisnis dengan etika bisnis yang diterima di tingkat internasional. Yayasan Kehati menetapkan 25 perusahaan terpilih yang dianggap dapat memenuhi kriteria. Dalam mekanisme seleksinya dilakukan melalui tiga tahapan yaitu tahap pertama, memilih perusahaan-perusahaan yang memenuhi persyaratan sebagai perusahaan yang tidak bergerak dalam bidang usaha pestisida, nuklir, senjata, tembakau, alkohol, pornografi, perjudian dan genetically modified Organism (GMO). Tahapan kedua, Perusahaan-perusahaan tersebut juga diseleksi dalam aspek keuangan yang memiliki Market Capitalism diatas Rp 1 triliun berdasarkan laporan keuangan teraudit tahun terakhir, memiliki Asset di atas

Rp. 1 triliun berdasarkan laporan keuangan teraudit tahun terakhir, memiliki Free Float Ratio diatas 10% berdasarkan saham aktif di bursa dengan kepemilikan publik, Price Earning Ratio (PER) yang positif dalam 6 (enam) bulan terakhir. Pada tahap seleksi ke tiga perusahaan akan dinilai kinerjanya pada aspek fundamental yang meliputi tata kelola perusahaan, lingkungan, keterlibatan masyarakat, perilaku bisnis, sumber daya manusia dan hak asasi manusia.

Seleksi ini dilakukan melalui review terhadap data sekunder, pengisian kuesioner oleh perusahaan-perusahaan yang lolos seleksi dan berdasarkan data-data pendukung lainnya yang relevan. Berdasarkan hasil review tersebut kemudian akan dipilih 25 perusahaan yang

memiliki nilai tertinggi untuk dapat masuk dalam indeks SRI KEHATI. Perusahaan terpilih akan di evaluasi setiap 2 periode dalam setahun, yaitu pada bulan April dan Oktober.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi dan CSR(*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas penulis merumuskan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018?
2. Bagaimanakah pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018?
3. Bagaimanakah pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018

2. Untuk mengetahui pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018
3. Untuk mengetahui pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

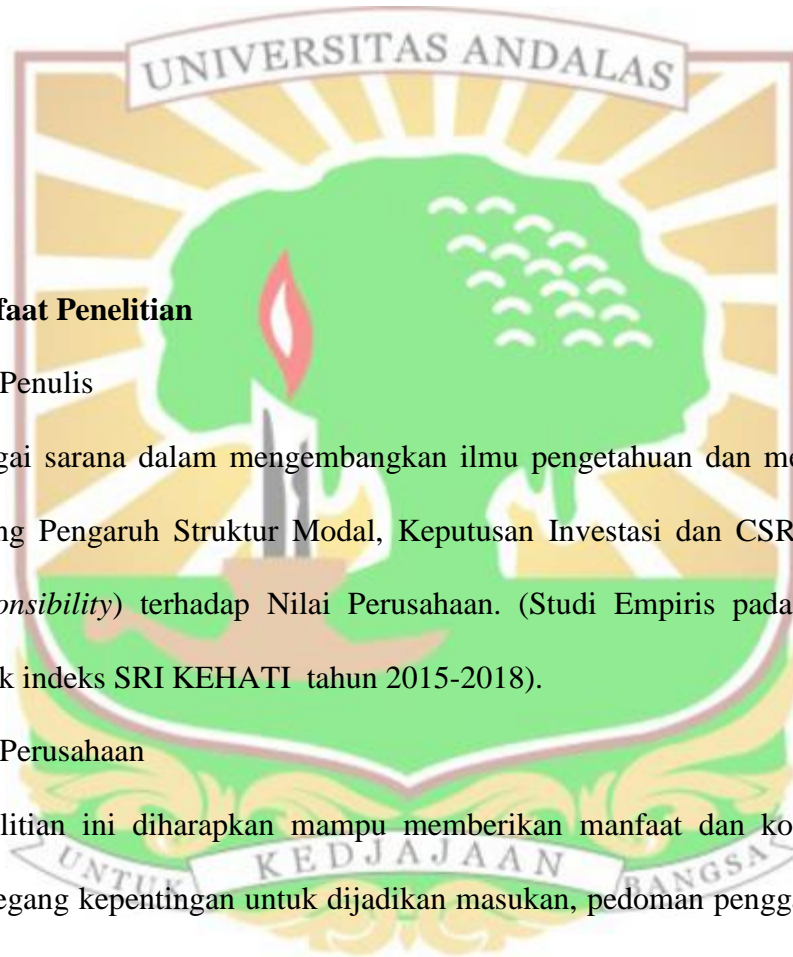
Sebagai sarana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan menembah wawasan tentang Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi dan CSR(*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan. (Studi Empiris pada Perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018).

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan kontribusi bagi para pemegang kepentingan untuk dijadikan masukan, pedoman pengambilan keputusan atas kebijakan akuntansi yang dilakukan.

3. Bagi Akademis

Sebagai tambahan rujukan dan referensi bagi masyarakat umum dalam menganalisis Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi dan CSR(*Corporate Social*



Responsibility) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018).

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi untuk mengetahui pengaruh struktur modal, keputusan investasi dan CSR (*corporate sosial responsibility*) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk indeks SRI KEHATI tahun 2015-2018

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi mengenai Struktur modal, keputusan investasi, *Corporate Social Responsibility*, Nilai perusahaan, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian yang digunakan, objek penelitian, populasi dan sample yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data, dan operasional variabel.

BAB IV PEMBAHASAN



Bab ini menjelaskan mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian ini, yaitu pengaruh struktur modal, keputusan investasi dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran tentang pengaruh struktur modal, keputusan investasi dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

