

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perkembangan bisnis dari berbagai sektor industri di Indonesia pada tengah mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini di tandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bermunculan. Salah satu sektor industri yang ikut berkembang di Indonesia ialah sub sektor industri otomotif dan komponennya. Data Gaikindo, 2019 menjelaskan bahwa industri otomotif merupakan satu dari lima sektor manufaktur yang tengah diprioritaskan pengembangannya oleh pemerintah. Tujuannya adalah menjadikan industri otomotif nasional sebagai salah satu pionir penerapan revolusi industri ke empat sesuai program pemerintah yang dengan topik Peta Jalan Making Indonesia 4.0.

Melalui program ini diharapkan industri otomotif nasional tak hanya bisa melayani pasar domestik, namun juga bisa merambah ke pasar regional dan global. Tren positif juga terjadi pada penjualan mobil. Data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) mencatat 851.430 unit mobil terjual pada 2018, naik 10,85 persen dibanding 2017 (786.120 unit). Di situ segmen mobil yang diproduksi di Indonesia melalui kebijakan pemerintah “*Low Cost Green Car*” (LCGC) menyumbang 13,52 persen dari total penjualan (Gaikindo, 2019). Dengan semakin tingginya kebutuhan untuk alat transportasi dan suku cadang maka permintaan masyarakat terhadap produk otomotif dan suku cadang

akan semakin tinggi. Perusahaan otomotif dan suku cadang dengan adanya persaingan yang semakin ketat maka berbagai strategi diterapkan pada perusahaan guna menghadapi persaingan. Semua perusahaan berlomba – lomba menerapkan strategi yang terbaik untuk mencapai tujuan perusahaan terbaik mereka.

Nilai perusahaan akan menggambarkan kinerja dan kondisi perusahaan masa lalu, saat ini dan prospeknya pada periode mendatang. Persaingan usaha menuntut seluruh perusahaan untuk melakukan berbagai usaha untuk mencapai tujuan yang di inginkan (Astuty, 2017). Secara umum untuk memaksimalkan nilai perusahaan penting untuk suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti perusahaan juga memaksimalkan kepuasan para pemegang saham yang merupakan salah satu tujuan perusahaan. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan di pasar modal, maka menunjukkan semakin tingginya nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi bisa menggambarkan bahwa kinerja perusahaan dalam keadaan baik sehingga dapat menarik minat investor atas baiknya prospek perusahaan di masa mendatang. Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi financial maupun non financial di dalam meningkatnya nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Untuk melihat nilai perusahaan maka bisa diketahui gambaran tentang posisi keuangan perusahaan tersebut. Dan untuk analisis laporan laba rugi untuk mengetahui hasil perusahaan tersebut. Data keuangan bisa di analisis lebih lanjut sehingga akan diperoleh informasi yang pasti dan dapat mendukung keputusan yang akan dibuat.

Ukuran perusahaan bisa dinyatakan dalam total asset, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total asset, maka semakin banyak modal yang ditanam. Perusahaan yang memiliki total asset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kematangan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total asset yang kecil. Total asset yang besar memungkinkan pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan asset yang ada di perusahaan tersebut.

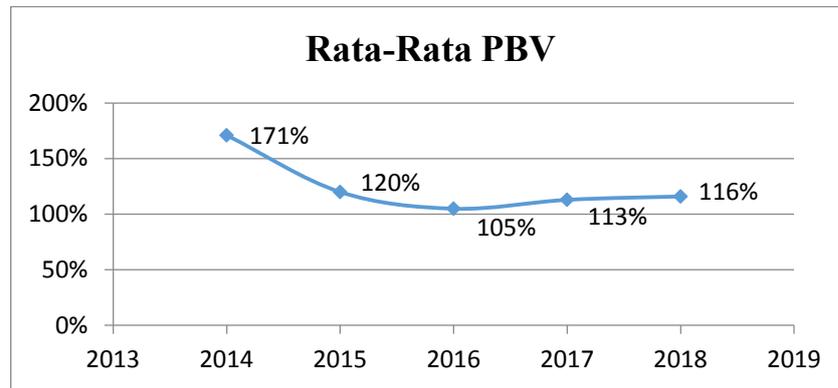
Ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain dengan total asset, total penjualan, nilai pasar saham dan sebagainya. Ukuran perusahaan dapat menentukan persepsi investor terhadap perusahaan tersebut (Hery, 2017).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap social maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar yang berada disekitar lingkungan perusahaan, seperti memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, memberikan dana untuk pemeliharaan fasilitas umum di daerah sekitar, memberikan sumbangan untuk membangun desa dan fasilitas untuk

masyarakat yang bersifat social dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya untuk masyarakat yang berada di sekitaran perusahaan, agar perusahaan tersebut dapat diterima baik oleh masyarakat sekitar yang akan berdampak dengan keberlangsungan hidup perusahaan. *Corporate Social Responsibility* bisa dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya (wati, 2019).

Penilaian keberhasilan perusahaan bagi pihak manajemen, khususnya untuk mengukur profitabilitas merupakan faktor penting untuk mengetahui tingkat efisiensi perusahaan. Dengan tingginya tingkat profitabilitas perusahaan lebih penting dibanding dengan keuntungan maksimal yang di capai perusahaan pada setiap periode, karena dengan profitabilitas sebagai alat ukur, kita dapat mengetahui sampai sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang maksimal di bandingkan dengan modal yang digunakan oleh perusahaan.

Profitabilitas juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Semakin tinggi rasio profitabilitas mencerminkan tingkat pengembalian investasi yang tinggi juga bagi pemegang saham, sehingga akan menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya (Hery, 2017).

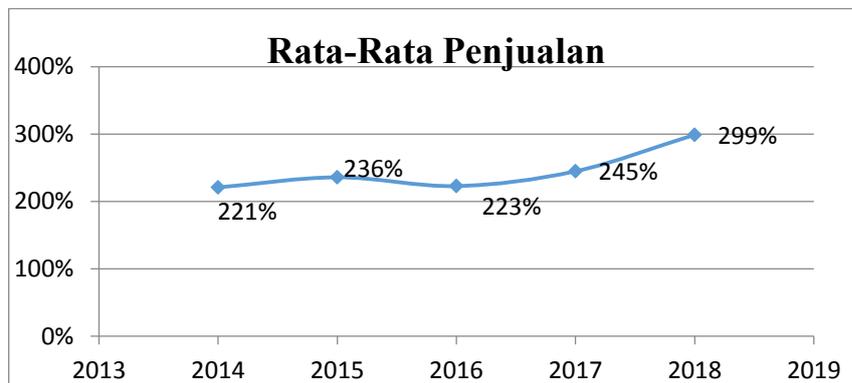


Sumber : www.idx.com.id (data diolah)

Gambar 1.1 Rata – Rata *Price Book Value* Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Tahun 2014-2018

Berdasarkan gambar, dapat dilihat bahwa rata – rata *Price Book Value* pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen mengalami kenaikan dan penurunan akan tetapi cenderung mengalami keturunan dari tahun ke tahun tersebut. Pada tahun 2014 *Price Book Value* perusahaan sebesar 171%, lalu mengalami penurunan nilai *Price Book Value* sebesar 120%, sedangkan pada tahun 2016 *Price Book Value* mengalami penurunan sebesar 105%, pada tahun 2017 *Price Book Value* mengalami kenaikan sebesar 113% dan pada tahun 2018 *Price Book Value* sedikit mengalami peningkatan menjadi sebesar 116%.

Data pada *price book value* dengan *sales*, terlihat memberikan kontribusi dalam menilai naik turunnya nilai perusahaan, karena semakin tinggi *sales* perusahaan akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Berikut dibawah ini adalah perkembangan *sales* pada perusahaan industri sub sektor otomotif dan komponennya.



Sumber : www.idx.com.id (data diolah)

Gambar 1.2 Rata – Rata Sales Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Tahun 2014-2018

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa rata – rata *sales* pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen mengalami fluktuatif namun cenderung mengalami kenaikan yang didukung dengan *sales* perusahaan dari tahun ke tahun tersebut. Pada tahun 2014 *sales* perusahaan sebesar 221%, lalu mengalami kenaikan nilai *sales* sebesar 236%, sedangkan pada tahun 2016 *sales* mengalami penurunan sebesar 223%, pada tahun 2017 *sales* mengalami peningkatan sebesar 245% dan pada tahun 2018 *sales* terus mengalami kenaikan menjadi sebesar 299%. Fenomena ini menunjukkan adanya fluktuasi nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang mana mengalami kenaikan dan penurunan.

Dengan demikian terlihat bahwa kenaikan sales tidak diikuti dengan *Price Book Value* yang mengalami penurunan. Dengan Pertumbuhan perusahaan yang dapat mengukur nilai perusahaan merupakan suatu harapan yang diinginkan bagi pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan. Pertumbuhan ini diharapkan dapat memberikan aspek yang positif bagi perusahaan terutama dengan adanya nilai perusahaan.

Pada penelitian Chasanah dan Adhi (2017) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan likuiditas tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun menurut penelitian Putri dan Mardenia (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian Widyantari dan Yadnya (2017) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan struktur modal berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi pada penelitian Wahyuni dan Hadi Santoso (2019) profitabilitas dan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan jurnal yang telah dijelaskan diatas, dan berdasarkan permasalahan yang terjadi industri otomotif dan komponennya terlihat bahwa pentingnya Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian untuk sub sektor industri otomotif dan komponennya belum pernah ditemukan penelitian yang membahas pengaruh profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pentingnya penelitian ini untuk

dikemukakan dimana setiap perusahaan yang berada didalam sector industri otomotif dan komponennya dapat mengambil manfaat dalam membuat kebijakan perusahaan kedepan menggunakan variabel atau faktor dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan Terhadap nilai Perusahaan (Studi Pada Emiten Sub Sektor Otomotif dan Komponen Tahun 2014 – 2018)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian ini yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri sub sektor otomotif dan komponennya tahun 2014 - 2018 ?
2. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri sub sektor otomotif dan komponennya tahun 2014 - 2018?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri sub sektor otomotif dan komponennya tahun 2014 - 2018?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat diidentifikasi tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri sub sektor otomotif dan komponennya tahun 2014 - 2018.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri sub sektor otomotif dan komponennya tahun 2014 – 2018.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri sub sektor otomotif dan komponennya tahun 2014 – 2018.

D. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi manajemen perusahaan dan bagi penulis maupun pembaca adapun kegunaan secara praktis yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan membantu pengambilan keputusan investor terkait nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan di bidang keuangan sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

2. Kontribusi Akademik

1. Bagi Keilmuan

Penelitian ini merupakan proses belajar dan diharapkan dapat menambah keilmuan dan wawasan pengetahuan, dalam memahami aplikasi dari teori – teori yang telah dipelajari dan dibandingkan dengan kondisi yang ada di lapangan terutama yang terkait profitabilitas, CSR, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

2. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi hasil penelitian, khususnya di manajemen keuangan serta dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain serta menjadi acuan untuk mengembangkan penelitian yang akan datang.