

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dan industrialisasi yang kompetitif menciptakan persaingan yang ketat antar perusahaan dalam pasar industri. Persaingan tersebut membuat perusahaan harus berkembang lebih maju dan meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan yang sama yaitu berorientasi untuk memaksimalkan keuntungan atau laba dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan dan juga untuk mencapai tujuan utamanya yaitu memaksimumkan nilai perusahaan yang akan meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran bagi para pemilik atau para pemegang saham.

Nilai perusahaan sering kali digambarkan sebagai prospek mendatang suatu perusahaan yang tercermin dalam kinerja perusahaannya sehingga dapat mempengaruhi persepsi seorang investor dalam perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi naiknya tingkat kemakmuran para pemegang saham dalam perusahaan. Taraf persaingan perusahaan yang semakin kompetitif dan ketat membuat perusahaan mengalami kondisi yang tidak pasti baik dalam mencapai kondisi gagal atau suksesnya. Dalam membuat keputusan investasi, investor, selain laporan keuangan perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan laporan keuangan perusahaan dalam menilai nilai perusahaan juga dapat melalui hal lain seperti faktor non finansial yang penting dalam menilai suatu perusahaan.

Nilai perusahaan akan semakin baik apabila pengungkapan perusahaan digambarkan dengan baik. Dalam mengambil keputusan, investor juga dipengaruhi oleh faktor risiko bisnis dan taraf situasi yang ketat antar perusahaan sehingga faktor non finansial menjadi pilihan yang penting seperti profil perusahaannya, pengelolaan resiko yang dicerminkan melalui *Enterprise Risk Management* (ERM) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan tersebut.

Dengan *Enterprise Risk Management* yang baik maka manajemen

perusahaan dapat terintegrasi dan meminimalisir resiko yang ada. Apabila perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) secara berkesinambungan maka pasar akan dapat memberikan apresiasi positif yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu informasi finansial dengan memperhatikan laporan keuangan perusahaan juga sangat penting untuk dipertimbangkan. Semakin tinggi nilai *free cash flow* yang ada dalam perusahaan maka semakin baik nilai perusahaan karena nilai *free cash flow* yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. *Leverage* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Peningkatan dan penurunan terhadap *leverage* atau hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Kondisi naik turun atau fluktuatif yang bertolak belakang dengan hasil dalam laporan keuangan di pasar saham Bursa Efek Indonesia menjadi fenomena yang menarik. Hal ini mungkin dapat bersumber dari faktor internal maupun eksternal perusahaan baik melalui kondisi finansial dan non finansial di luar laporan keuangan seperti *Enterprise Risk Management* (risiko bisnis) dan *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab perusahaan).

Tabel I.1
Tabel Fenomena Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Goods*
Tahun 2016-2019

Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan (<i>Tobin's Q</i>)			
	2016	2017	2018	2019
PT. Akasha Wira International Tbk	1,27	1,12	1,07	1,06
PT. Tri Banyan Tirta Tbk	1,21	1,39	1,44	1,45
PT. Budi Starch & Sweetener Tbk	0,74	0,74	0,77	0,73
PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	3,82	3,64	3,89	3,67
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	1,31	1,23	1,16	1,16
PT. Pyridam Farma Tbk	1,01	0,93	0,90	0,90

Sumber : Data Diolah (*idx*)

Berdasarkan tabel I.1 dapat terlihat bahwa nilai perusahaan yang diproyeksikan *Tobin's Q* dengan perusahaan sektor *consumer goods* yang tercatat di BEI dalam tahun 2016-2019 mengalami kenaikan dan penurunan serta sangat

berfluktuatif. Nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* pada PT. Akasha Wira International mengalami penurunan nilai perusahaan walaupun laba bersih perusahaan dari tahun 2016-2019 mengalami peningkatan. Pada PT Tri Banyan Tirta mengalami kenaikan nilai perusahaan dari tahun 2016-2019 secara berturut-turut walaupun total hutang perusahaan dari tahun 2016-2019 mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya dari 2016-2019. Pada PT Budi Starch & Sweeterne terjadi naik turunnya nilai perusahaan dengan kenaikan pada tahun 2018 dan penurunan di tahun 2019 serta terjadi *undervalued* dimana nilai perusahaan berada di bawah 1 yang tercermin kurang baik walaupun mengalami kenaikan dalam labanya.

Pada PT Indofood CBP Sukses Makmur yang merupakan anak perusahaan dari PT Indofood Sukses Makmur memiliki nilai perusahaan yang jauh lebih baik dari induk perusahaan yang mengalami penurunan nilai perusahaan dari tahun 2016-2019. Walaupun arus kas bersih dan laba bersih PT Indofood Sukses Makmur lebih besar dari PT Indofood CBP Sukses Makmur tetapi harga saham Indofood CBP Sukses Makmur jauh lebih tinggi dan meningkat dari tahun ke tahun dibandingkan dengan induk perusahaannya. Pada PT Pyridam Farma yang memiliki nilai perusahaan yang diatas 1 pada tahun 2016 dan kemudian mengalami *undervalue* nilai perusahaan pada tahun 2017-2019 walaupun total hutang perusahaan tidak mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan untuk menjadikan nilai perusahaan menjadi kurang baik.

I.2 Kajian Literatur

I.2.1 Pengertian dan Teori Tentang *Enterprise Risk Management*

Enterprise Risk Management merupakan suatu proses yang sistematis dan berkelanjutan yang dirancang dan dijalankan oleh manajemen guna memberikan keyakinan yang memadai bahwa semua risiko yang berpotensi memberikan dampak negatif telah dikelola sedemikian rupa sesuai dengan tingkat risiko yang bersedia diambil (Siregar, 2019).

Semakin luas *Enterprise Risk Management* maka akan

meningkatkan nilai perusahaan karena adanya usaha perusahaan dalam memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan oleh para *stakeholder*. Suatu perusahaan akan dinilai lebih baik jika mampu melakukan pengungkapan secara lebih luas karena dinilai telah mampu menerapkan sistem transparansi (Mariani, 2018).

I.2.2 Pengertian dan Teori Tentang *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah suatu bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian perusahaan yang berkaitan dengan ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, dan hak asasi manusia dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan – kerusakan lingkungan yang diakibatkan dari aktivitas operasional perusahaan (Hardianti, 2020).

Corporate social responsibility (tanggung jawab sosial) perusahaan yang semakin besar terhadap lingkungan, dapat membuat nilai perusahaan semakin meningkat (Mesrawati, 2020).

I.2.3 Pengertian dan Teori Tentang *Free Cash Flow*

Free cash flow adalah sisa aliran kas yang akan dibagikan kepada pemegang saham setelah perusahaan berinvestasi pada aktiva tetap dan aktivitas perusahaan yang dibutuhkan guna menjalankan perusahaan (Apiani, 2019).

Semakin tinggi *free cash flow* akan memberikan sinyal positif bahwa manajemen telah memiliki kinerja yang baik dimana nilai perusahaan akan meningkat juga (Suryanti, 2020).

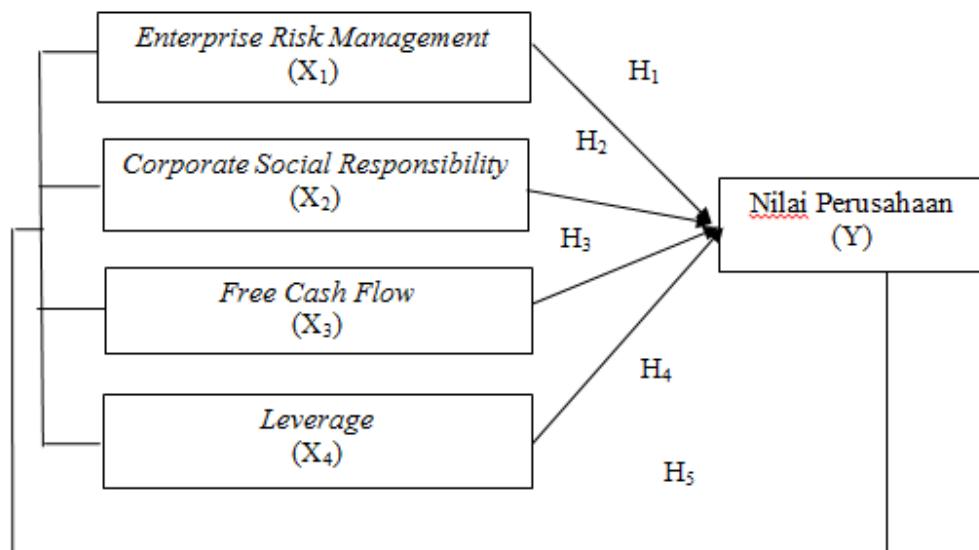
I.2.4 Pengertian dan Teori Tentang *Leverage*

Leverage adalah suatu kebijakan perusahaan untuk menggunakan dana yang didapat di luar perusahaan. Dengan menggunakan dana dari luar perusahaan maka akan timbul risiko yang lebih besar bagi perusahaan dalam pengembalian dana ataupun sebaliknya mendapatkan keuntungan (Hardianti, 2020).

Semakin tinggi *leverage* maka nilai perusahaan akan menurun karena investor akan mempertimbangkan bahwa hutang yang tinggi dapat menyebabkan risiko yang besar terhadap pengembalian atas investasi yang mereka tanamkan dimana hutang tentu menciptakan beban tetap berupa bunga yang harus dibayar setiap bulannya sehingga laba menjadi menurun *return* investor semakin kecil (Hariani, 2018).

I.3 Kerangka Konseptual

Kerangka dibuat berupa diagram atau grafik seperti gambar di bawah ini.



Gambar I.1. Kerangka Konseptual

I.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

- H₁ : *Enterprise Risk Management* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- H₂ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- H₃ : *Free Cash Flow* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- H₄ : *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- H₅ : *Enterprise Risk Management*, *Corporate Social Responsibility*, *Free Cash Flow* dan *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.