

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Populasi Indonesia yang besar menawarkan peluang pasar yang signifikan bagi perusahaan dalam memasarkan produk konsumsi, khususnya makanan dan minuman. Meningkatnya urbanisasi, perubahan gaya hidup, dan pertumbuhan ekonomi telah menyebabkan persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang beroperasi di negara ini.

Di pasar modal, harga saham sering kali dianggap sebagai refleksi nilai perusahaan, memberikan pandangan objektif kepada investor mengenai potensi investasi. Kinerja perusahaan dalam pengelolaan modal untuk mencapai profitabilitas juga mencerminkan nilai perusahaan. Profitabilitas menjadi salah satu indikator utama kinerja yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya.

Ukuran perusahaan mencakup berbagai faktor yang mencerminkan skala operasi dan kompleksitas organisasi. Metrik yang umum digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan meliputi pendapatan tahunan, jumlah karyawan, total aset, nilai pasar, pangsa pasar, nilai ekuitas, kapasitas produksi, investasi infrastruktur, kedalaman pasar, dan kemampuan riset dan pengembangan.

CSR dan nilai-nilai bisnis terkait erat. Reputasi perusahaan, citra merek, serta kebahagiaan dan loyalitas pelanggan semuanya dapat ditingkatkan dengan inisiatif CSR yang efektif. CSR juga dapat menurunkan masalah hukum, menarik investor yang peduli dengan keberlanjutan, dan meningkatkan daya tarik perusahaan sebagai tempat kerja.

Sementara bisnis memprioritaskan pertumbuhan berkelanjutan untuk memastikan kelangsungan hidup mereka dan memberi penghargaan kepada pemegang saham, investor sering berusaha meningkatkan kesejahteraan mereka dengan mengantisipasi pengembalian dari dividen dan keuntungan modal. Untuk memenuhi ekspektasi dividen pemegang saham tanpa menghambat ekspansi perusahaan, kebijakan dividen sangat penting. Investor yang ragu untuk mengambil risiko biasanya memilih dividen daripada capital gain karena mereka percaya bahwa dividen yang diterima hari ini bernilai lebih dari capital gain yang akan diperoleh nanti.

Terdapat empat perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang akan dijadikan fenomena dalam penelitian ini :

Tabel I.1
Fenomena Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, CSR, dan Nilai Perusahaan
Makanan dan Minuman tahun 2019-2022

Kode Emiten	Tahun	Laba Tahun Berjalan (Jutaan Rupiah)	Total Aset (Jutaan Rupiah)	Jumlah Disclosure perusahaan	Dividen (Jutaan Rupiah)	Harga Saham (Rupiah)
INDF	2019	5.902.700	96.198.600	52	1.501.453	7.925
	2020	8.752.100	163.011.800	53	2.440.959	6.850
	2021	11.229.700	179.271.800	55	2.440.959	6.325
	2022	9.192.600	180.433.300	59	2.440.959	6.725
DLTA	2019	317.815	1.425.984	53	382.715	6.800
	2020	123.466	1.225.581	57	312.257	4.400
	2021	187.993	1.308.722	62	200.165	3.740
	2022	230.066	1.307.186	68	240.198	3.830
SKLT	2019	47.000	791.000	64	5.594	1.610
	2020	36.000	774.000	70	9.324	1.565
	2021	144.000	889.000	78	9.324	2.420
	2022	74.000	1.033.000	80	29.841	1.565
ULTJ	2019	1.035.865	6.608.422	25	124.778	1.680
	2020	1.109.666	8.754.116	29	883.845	1.600
	2021	1.276.793	7.406.856	60	259.954	1.570
	2022	965.486	7.376.375	61	311.950	1.475

Sumber : www.idx.co.id

Seperti yang dapat diamati dari Tabel I.1 di atas, laba PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2021 telah tumbuh dibandingkan dengan tahun 2020, namun harga saham perusahaan tahun 2021 telah turun dibandingkan dengan tahun 2020.

Total nilai aset PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) tahun 2021 lebih tinggi dari total tahun 2020, sedangkan harga saham DLTA tahun 2021 lebih rendah dari harga saham tahun 2020.

Menurut data dari PT Sekar Laut Tbk (SKLT), perusahaan mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai CSR pada tahun 2022 daripada tahun 2021, namun harga sahamnya turun pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun 2021.

PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ) menunjukkan bahwa jumlah dividen perseroan pada tahun 2020 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2019, namun harga saham PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ) pada tahun 2020 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2019.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap masalah tersebut dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2019-2022”**.

I.2 Tinjauan Pustaka

I.2.1 Teori Pengaruh Variabel Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Murhadi (2017:37), laba bersih merupakan bagian akhir dalam laporan laba rugi yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam memberikan hasil bagi pemegang saham. Laba bersih ini akan dimanfaatkan perusahaan untuk pengembangan usaha yang biasa disebut saldo laba (*retained earnings*) dan pembayaran dividen baik bagi pemegang saham preferen dan pemegang saham biasa. Apabila laba bersih disisihkan untuk pengembangan usaha, maka hal ini akan berdampak pada kinerja perusahaan di masa mendatang.

Menurut Suhatmi (2024:39), bagi investor ROE merupakan ukuran yang tepat untuk mengukur kinerja karena *return* dibandingkan dengan besaran dana sendiri yang diinvestasikan. Karena itu fokus bagi investor adalah meningkatkan ROE.

Menurut Deviesa (2019:254), walaupun bukan satu-satunya ukuran keberhasilan perusahaan, upaya memaksimalkan laba sangat dibutuhkan bagi keberlangsungan perusahaan. Laba juga menjadi ukuran dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Informasi laba juga sering kali digunakan manajer untuk mengukur kinerja setiap segmen. Analisis profitabilitas merupakan analisis dalam mengukur kemampuan perusahaan mencetak laba.

I.2.2 Teori Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Riyanto (2015:299), suatu perusahaan yang besar dimana saham nya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil dimana saham nya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Hakim (2024:184), bagi perusahaan besar tentu memiliki kemudahan dalam mengakses pasar dibandingkan dengan perusahaan kecil atau perusahaan yang sedang merintis, dimana perusahaan baru atau yang sedang merintis belum memiliki kepercayaan yang tinggi di masyarakat dan investor. Hal tersebut dikarenakan pada perusahaan besar telah memiliki catatan historis mengenai profitabilitas dan stabilitas laba, sehingga investor lebih mudah memprediksi laba perusahaan dan pertumbuhan di masa yang akan datang.

Menurut penelitian Yanti dan Darmayanti (2019), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran perusahaan untuk menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan dalam

mengelola kegiatan operasi. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar akan cenderung lebih banyak menarik investor, hal ini dikarenakan investor lebih mudah mengakses kepasar modal.

I.2.3 Teori Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Darmawan (2024:231), CSR dalam budaya organisasi menciptakan landasan kuat untuk pengambilan keputusan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, menunjukkan komitmen nyata terhadap peran sebagai anggota yang bertanggung jawab dalam komunitas global. Sebagai bagian dari etika bisnis dan tanggung jawab sosial, integritas nilai-nilai CSR dalam budaya perusahaan menjadi pondasi kokoh untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih luas dan berkelanjutan.

Menurut penelitian Khofifah dkk (2022), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan yang bertanggung jawab atas dampak negatif yang ditimbulkan selama perusahaan itu beroperasi akan membuat investor percaya akan masa depan perusahaan tersebut. Kemauan baik, komitmen dan kepedulian usaha menyisihkan dana untuk aktivitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis sendiri diantaranya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut penelitian Hidayat (2021), menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapatkan respon yang baik pula. Dalam teorinya menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non keuangan. Salah satu informasi tersebut adalah aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan CSR dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

I.2.4 Teori Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

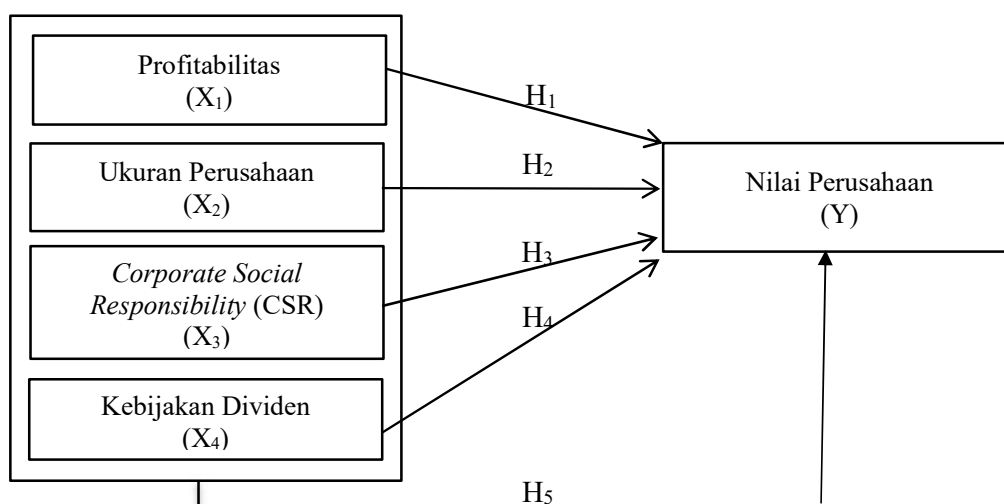
Menurut Nidar (2023:257), semakin besar target laba ditahan, semakin kecil kemungkinan perusahaan menerbitkan saham baru. Karena biaya modal sendiri ditentukan oleh besar kecilnya laba ditahan dan besar kecilnya laba ditentukan oleh DPR maka kebijakan dividen mempengaruhi nilai perusahaan.

Menurut Wardiyah (2017:142), kebijakan dividen merupakan kebijakan tentang berapa banyak bagian keuntungan yang dibagikan sebagai dividen. Keputusan untuk menentukan berapa banyak dividen yang harus dibagikan kepada pemegang saham,

khususnya pada perusahaan yang *go public* akan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham.

Menurut Musthafa (2017:141), kebijakan dividen adalah keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang. Besarnya dividen yang dibagikan kepada pemegang saham ditentukan dengan persentase yang disebut DPR. DPR merupakan perbandingan antara dividen yang dibayarkan dengan laba bersih. Semakin tinggi DPR, akan menguntungkan bagi investor selaku pemegang saham, sebaliknya akan memperlemah internal finansial perusahaan.

I.3 Kerangka Konseptual



Gambar I.1 Kerangka Konseptual

- H₁ : Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.
- H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.
- H₃ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.
- H₄ : Kebijakan Dividen berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.
- H₅ : Profitabilitas, Ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Kebijakan Dividen berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.