

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi yang pesat di Indonesia saat ini memicu meningkatnya persaingan di dunia bisnis. Akibatnya, perusahaan harus mampu bersaing dengan pesaing lain agar dapat mempertahankan eksistensinya, meningkatkan nilai perusahaan, serta mengembangkan pasar. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan membutuhkan dana dalam jumlah besar. Pemenuhan kebutuhan dana ini memerlukan investasi signifikan, yang menjadi tantangan tersendiri karena melibatkan berbagai pihak, seperti kreditur, pemegang saham, dan manajemen perusahaan itu sendiri.

Nilai perusahaan menjadi indikator krusial dalam mengevaluasi kinerja serta prospek investasi sebuah perusahaan. Nilai ini merefleksikan pandangan pasar terhadap kekuatan keuangan, operasional, dan strategi jangka panjang perusahaan. Di pasar modal, nilai perusahaan tergambarkan melalui harga sahamnya. Saat nilai perusahaan terus mengalami kenaikan, hal ini menggambarkan potensi perkembangan jangka panjang serta kemampuan menghasilkan tingkat pengembalian modal yang signifikan bagi para investor seiring dengan kenaikan harga saham (Augustin, 2016). Kesejahteraan para pemegang saham sangat dipengaruhi oleh nilai perusahaan, karena nilai tersebut mencerminkan keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan (Yuniastri et al., 2021).

Nilai perusahaan sangat penting dan memiliki dampak terhadap kemakmuran *stakeholder*. Kemakmuran *stakeholder* dapat tercapai dengan adanya peningkatan dari nilai perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan mampu mendorong kenaikan harga saham dalam perusahaan. Kenaikan harga saham berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menjadi keinginan para *stakeholder* untuk

menunjukkan kekayaan yang dimilikinya kepada investor melalui harga pasar dari sebuah saham untuk mencerminkan nilai perusahaan (Hermuningsih, 2012). Tingginya suatu nilai perusahaan memberikan dampak positif bagi para *stakeholder*, oleh karena itu mencerminkan kepercayaan publik yang terlihat dari pencapaian perusahaan serta efektivitas kinerja manajerial dalam pengelolaan, yang pada akhirnya dapat mendorong kenaikan harga saham.

Salah satu indikator penting dalam memengaruhi nilai perusahaan adalah dengan melihat sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan profit atau keuntungan bagi investor. Mempertahankan atau membagikan keuntungan merupakan keputusan perusahaan dalam menyikapi keuntungan yang diterima. Rasio yang sering digunakan untuk memprediksi harga saham atau *return* saham yaitu ROA. ROA juga tolak ukur efisiensi emiten dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan asset (Fadillah *et al.*, 2021).

Tingginya pencapaian nilai perusahaan berpotensi menyebabkan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Bagi pemegang saham, nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan peningkatan kesejahteraan pemegang saham apabila harga saham yang dimilikinya meningkat (Onasis & Robin, 2016). Kemakmuran pemegang memiliki kaitan dengan peningkatan harga saham yang dicerminkan melalui pencatatan laba bersih yang diperoleh yang merupakan salah satu acuan fenomena pada penelitian ini.

Perusahaan pertambangan nikel PT PAM Mineral Tbk (NICKL) melaporkan laba bersih yang meningkat 13,71% menjadi senilai Rp73,5 miliar pada semester I tahun 2024 dibandingkan periode sama 2023 sebesar Rp64,7 miliar. Sementara, laba usaha perusahaan meningkat 1,25% menjadi senilai Rp 87,8 miliar pada semester I tahun 2024 dibandingkan periode sama tahun sebelumnya senilai 86,7

miliar. Pada semester I tahun 2024, penjualan perseroan menurun 11,95% menjadi senilai Rp419 miliar dibandingkan periode sama tahun sebelumnya yaitu senilai Rp476 miliar, yang disebabkan karena harga rata-rata nikel lebih rendah dibandingkan dengan harga rata-rata nikel pada semester I tahun 2023. Dari sisi neraca, perseroan membukukan total aset yang meningkat 7,22% dari sebelumnya Rp856,8 miliar per 31 Desember 2023 menjadi senilai Rp 918,7 miliar per 30 Juni 2024. Apabila dibandingkan posisi neraca serta pertumbuhan ekuitas sebesar 4,88% dari Rp745,4 miliar menjadi senilai Rp 781,8 miliar dari posisi ekuitas per 31 Desember 2023.

Dari fenomena yang dijelaskan, terlihat bahwa kenaikan laba bersih yang dicapai oleh PT PAM Mineral mencerminkan kinerja positif perusahaan. Hal ini diharapkan menjadi indikasi positif bagi investor dalam melakukan investasi, karena perusahaan memiliki kemampuan kuat dalam menghasilkan laba bersih, didukung oleh peningkatan total aset serta prospek kenaikan harga saham. Kondisi tersebut mampu menumbuhkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi.

Salah satu faktor yang diyakini memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi umumnya dianggap memiliki manajemen yang efisien, strategi bisnis yang baik, dan prospek usaha yang menjanjikan, sehingga dapat menarik minat investor serta meningkatkan kepercayaan pasar. Oleh karena itu, peningkatan profitabilitas sering kali dikaitkan dengan peningkatan nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan atau laba pada periode tertentu yang didasarkan pada penjualan, aset, dan modal saham. Meningkatnya Profitabilitas perusahaan berpotensi berdampak positif bagi investor sehingga diharapkan dapat memberikan keuntungan maksimal bagi *stakeholder* melalui *return* saham yang tinggi. Profitabilitas mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu memanfaatkan modalnya untuk menghasilkan keuntungan (Harun & Jeandry, 2018). Profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan keuntungan yang diperoleh oleh investor.

Penelitian yang dilakukan oleh A'isyah dan Sudarsi, (2024) meneliti mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Dengan meningkatnya profitabilitas maka akan berdampak pada kenaikan harga saham. Semakin besar keuntungan yang didapat perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Putri & Mardenia (2019) tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kaitan lain dari profitabilitas yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah Tanggung jawab sosial, atau yang biasa dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Sankat, Clement K, 2002). *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, bukan lagi kegiatan yang bersifat sukarela

(Suwenti *et al.*, 2017). Perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* tentunya memiliki keunggulan kompetitif tersendiri.

Menurut Gherghina *et al.*, (2016), *Corporate social responsibility (CSR)* menggambarkan hubungan yang erat antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan serta lingkungan sekitarnya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dianggap sebagai komitmen perusahaan untuk mengurangi atau menghilangkan dampak negatif sekaligus meningkatkan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dalam jangka panjang.

Menurut hasil penelitian Karina dan Setiadi (2020) meneliti mengenai pengaruh *corporate social responsibility (CSR)* terhadap nilai Perusahaan. Hasil dari penelitiannya tersebut mengindikasikan bahwa *corporate social responsibility (CSR)* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin optimal pelaksanaan CSR oleh perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Diharapkan hal ini dapat mendorong perusahaan untuk lebih sadar dalam menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR-nya. Dengan demikian, dalam jangka panjang, perusahaan akan meraih kinerja pasar yang lebih baik yang pada akhirnya juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Namun, penelitian yang berbeda diperoleh dari Putri dan Mardenia (2019) yang membahas mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* tidak menunjukkan dampak yang berarti terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran suatu perusahaan mencerminkan kapasitasnya, yang biasanya dihitung berdasarkan nilai total aset perusahaan. Perusahaan dengan skala yang

lebih besar umumnya memiliki cakupan kegiatan operasional yang lebih luas, sehingga berpeluang meraih profit yang lebih tinggi. Kondisi ini membuat perusahaan besar sering kali mendapatkan respons positif dari para investor yang berminat menanamkan modalnya (Yuniastri et al., 2021). Selain itu, ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar skala perusahaan, maka semakin mudah bagi perusahaan tersebut untuk memperoleh pendanaan, baik dari sumber internal maupun eksternal, guna mendukung operasionalnya (Fajriah et al., 2022). Perkembangan ukuran perusahaan memiliki keterkaitan yang kuat dengan keputusan-keputusan finansial yang ditetapkan oleh perusahaan dalam rangka memaksimalkan nilai perusahaan (Hidayat dan Khotimah, 2022)."

Penelitian yang dilakukan Pebriani *et al.*, (2022), meneliti mengenai pengaruh ukuran Perusahaan terhadap nilai Perusahaan. Hasil dari penelitiannya mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengisyaratkan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi salah satu indikator dalam menilai kinerja suatu entitas bisnis. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan perusahaan berskala besar umumnya memiliki stabilitas operasional yang lebih baik, yang pada akhirnya mendorong kenaikan harga saham di pasar modal. Namun, berbeda dengan hasil studi yang dilakukan oleh Situmorang dan Setyawan (2024), yang menyelidiki pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan menemukan bahwa ukuran perusahaan justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang sebelumnya, penelitian ini diarahkan untuk mengeksplorasi peran profitabilitas, CSR, serta ukuran perusahaan dalam

memengaruhi nilai perusahaan. Beberapa penelitian menemukan bahwa profitabilitas meningkatkan nilai perusahaan, sementara yang lain menunjukkan hubungan yang tidak signifikan atau negatif. Ukuran perusahaan juga menunjukkan hasil yang bervariasi, di mana dalam beberapa penelitian perusahaan yang lebih besar memiliki nilai lebih tinggi, sementara dalam penelitian lain ukuran tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Situmorang dan Setyawan (2024), yang membahas pengaruh *Corporate social responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, yakni profitabilitas, tanggung jawab sosial perusahaan, serta ukuran perusahaan. Adapun perbedaan dari penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian; penelitian ini menitikberatkan pada sektor pertambangan dan sektor industri dengan alasan bahwa sektor tersebut memiliki tingkat risiko yang lebih tinggi dibandingkan sektor lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan fenomena di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menginvestigasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menginvestigasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menginvestigasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sejumlah manfaat, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan adanya penelitian ini dapat menumbuhkan pemikiran atau ide baru bagi para pembaca mengenai gambaran keuangan perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek yang dinilai efektif bagi pembaca untuk menilai sebuah perusahaan, seperti pendapatan, pengeluaran, dan aset yang dikelola. Hal tersebut dapat dikaitkan melalui penggunaan teori sinyal yang dikemukakan oleh Spence (1973) dan *stakeholder theory* yang dikemukakan oleh Freeman (1984). Sehingga, dapat dijadikan sebagai acuan pada pengembangan penelitian selanjutnya melalui paradigma baru yang berkaitan dengan “pengaruh Profitabilitas, *Corporate social responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi evaluasi dalam meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap profitabilitas, CSR, dan ukuran perusahaan demi menghasilkan keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan.

1.4.2.2 Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan umum kepada investor terkait pengambilan keputusan yang tepat dalam berinvestasi pada perusahaan. Hal ini dapat dilihat melalui pencapaian perusahaan dalam beroperasi dan sisi keuangan yang dikelola. Sehingga, diharapkan investor tidak perlu terlalu gegabah pada pengambilan keputusan berinvestasi pada perusahaan dan lebih memperhatikan *track record* yang dimiliki perusahaan sebagai dasar kepercayaan investor untuk berinvestasi.