

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Besarnya jumlah penduduk sejalan dengan besarnya akan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, salah satu kebutuhan pokok manusia adalah berupa makanan dan minuman untuk mampu bertahan hidup, sehingga industri makanan dan minuman memiliki kontribusi dalam hal ini. Bersumber atas data Badan Pusat Statistik (BPS) 2019, produksi industri makanan dan minuman memiliki pertumbuhan yang paling tinggi jika dibandingkan dengan industri lainnya yaitu 7,18% untuk industri makanan, 8,57% untuk industri minuman dan sejalan dengan kontribusinya terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) dengan data yang diambil dari publikasi Laporan Kinerja Kementerian Perindustrian 2019 seperti tabel dibawah ini.

Tabel 1
Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Terhadap Total PDB

Tahun	Pertumbuhan (%)
2017	34,33
2018	35,46
2019	36,23

Tabel tersebut menggambarkan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman pada total PDB selama tiga tahun terakhir terus mengalami kenaikan dan selalu diatas 30%. Hal ini menandakan bahwa industri makanan dan minuman terus bertumbuh dan mampu menciptakan harapan keuntungan potensial dalam operasinya, oleh karena itu setiap entitas bisnis berhadapan dengan persaingan bisnis yang ketat untuk dapat mempertahankan eksistensinya demi mewujudkan

kelanjutan hidup perusahaan.

Wujud keberlanjutan perusahaan dapat tercipta melalui pemaksimalan nilai perusahaan yang menurut Fakhruddin dan Hadianto (2012) nilai perusahaan adalah pandangan segi fundamental mengenai suatu organisasi publik, dimana nilai organisasi sering dikaitkan dengan saham di pasar modal, sehingga sangat beralasan bahwa tingginya nilai saham sejalan dengan tingginya nilai perusahaan.

Upaya untuk mempertahankan maupun meningkatkan nilai perusahaan salah satunya dapat melalui segi fundamental perusahaan. Menurut Sudana (2009) faktor fundamental lebih mengarahkan pada kejadian yang akan memberikan dampak pada kemampuan perusahaan dalam penciptaan prestasi keuangan, dimana dapat diukur melalui rasio keuangan.

Contoh faktor fundamental yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu solvabilitas. Menurut Brigham dan Houston (2010) perusahaan dapat memilih menggunakan permodalan baru selain penjualan saham yaitu melalui penggunaan hutang, dan melalui solvabilitas dapat diketahui seberapa besar komposisi hutang perusahaan dalam struktur pendanaan perusahaan. Pendanaan eksternal yang berasal dari hutang juga memiliki keunggulan sebagai pengurang pajak menurut Rahayu dan Sari (2018), dimana dalam hal ini beban bunga yang timbul atas adanya kepemilikan hutang akan mempengaruhi proporsi laba perusahaan.

Selain itu Brigham dan Houston (2010) menjabarkan bahwa peningkatan hutang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dan hal tersebut direspon positif oleh pasar. Selain itu perusahaan dengan penggunaan hutang dan selama dilakukan pengelolaan dengan baik tentunya akan meningkatkan

pendapatan perusahaan (Lybryanta at at, 2015). Tingkat rasio solvabilitas yang baik berimbas pada besarnya kepercayaan publik terhadap perusahaan sehingga sejalan dengan tingginya nilai perusahaan (Luthfiana, 2018). Hal tersebut searah dengan Kurniasari dan Wahyuati (2017), Wulandari dan Wiksuana (2017) bahwa solvabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan namun Sintyana dan Luh (2019), Rahmantio et al (2018), Bararoh (2015) memberikan hasil penelitian yang sebaliknya.

Faktor selain solvabilitas yang dapat dipertimbangkan dalam mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan yaitu skala di mana ukuran perusahaan dapat dikelompokkan. Suffah (2016) menyatakan bahwa sumber daya asset yang dimiliki oleh organisasi merupakan salah satu penentu dalam menentukan ukuran organisasi sehingga besarnya sumber daya asset yang diklaim menunjukkan ukuran organisasi tersebut.

Skala perusahaan juga mampu menandakan tingkat perkembangan perusahaan dan dapat menarik perhatian stakeholder (Imron et al, 2013). Hal ini juga diungkapkan oleh Riyanto (2001) bahwa ukuran perusahaan dapat menyita perhatian investor karena perusahaan dianggap memiliki kondisi yang lebih mapan. Perhatian lebih dari investor ini akan menaikkan harga saham yang berimbas pula pada peningkatan nilai perusahaan.

Selain itu Rudangga dan Sudiarta (2016) menambahkan bahwa besarnya ukuran perusahaan mampu menjamin tingginya nilai perusahaan karena organisasi besar berupaya lebih dalam menciptakan peluang usaha baru melalui ekspansi sehingga berkesempatan untuk mencetak pendapatan secara maksimal. Dari

pengungkapan diatas bermakna bahwa ukuran perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini diungkapkan sesuai hasil penelitian dari Wulandari dan Wiksuana (2017), Putri dan Ahmar (2019), serta Dewantari et al (2019) namun hal bertentangan dengan observasi yang telah dilakukan oleh Wahyudi et al (2016) dan Rumondor et al (2015).

Faktor fundamental lainnya yang berpengaruh pada nilai perusahaan adalah profitabilitas, yakni keandalan perusahaan dalam mencetak laba dalam suatu periode. Seperti yang ditunjukkan oleh Bhullar dan Tandon (2019), dalam iklim bisnis yang serius saat ini, efektivitas kerja menjadi pendirian kokoh dimana aktivitas operasi merupakan sumber inti penghasilan yang mana mampu mengubah penjualan menjadi profit.

Profitabilitas menunjukkan masa depan perusahaan yang bagus sehingga menjadi pertanda positif bagi investor, tingginya pencapaian laba oleh perusahaan secara konsisten dapat menaikkan harga saham sehingga hal ini juga meningkatkan nilai perusahaan (Susanti,2019). Hal yang sama diungkapkan oleh Chumaidah dan Priyadi (2018) bahwa keuntungan yang tinggi menunjukkan organisasi memiliki sumber dana yang kuat dalam mendukung kegiatan operasional perusahaan dalam penciptaan laba sehingga memacu kenaikan permintaan saham. Hasil penelitian Sari et al (2017) juga mengungkapkan bahwa profitabilitas berkemampuan dalam mempengaruhi nilai perusahaan namun hal ini berbeda dengan hasil riset yang dilakukan oleh Kusumayanti dan Astika (2016).

Terdapat perbedaan dari hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh langsung antara variabel bebas solvabilitas, profitabilitas, ukuran perusahaan

dengan variabel terikat yakni nilai perusahaan. Hal ini dapat diakibatkan oleh adanya variabel lain yang dapat mempengaruhi, salah satunya adalah variabel moderasi.

Kepedulian lingkungan dipilih peneliti sebagai variabel moderasi karena dengan adanya perkembangan zaman maka perusahaan dituntut untuk memberikan perhatian akan lingkungan hidup selain mengejar keuntungan keuangan yang mengacu pada konsep Triple Bottom Line (TBL) dimana terdapat aspek planet didalamnya. Maksud Planet dalam hal ini mengindikasikan bahwa menggunakan energi seefisien mungkin dengan meminimalisir dan mengolah limbah produksi, mengurangi emisi atas pemakaian energy dan lain sebagainya sehingga keseimbangan lingkungan tetap terjaga.

Maraknya berita mengenai kerusakan lingkungan sebagai akibat dari aktivitas operasi perusahaan menunjukkan bahwa belum adanya kesadaran dari para pelaku industri mengenai keseimbangan lingkungan, salah satunya seperti yang dilansir dari <http://news.detik.com> bahwa limbah peternakan sapi perah dari perusahaan penghasil susu kemasan terkemuka telah mencemari sungai sehingga timbul tuntutan pertanggungjawaban baik dari masyarakat maupun pemerintah.

Salah satu wujud perusahaan dalam kepedulian dan tanggungjawab atas lingkungan umumnya disampaikan melalui laporan pengungkapan lingkungan yang berisi penjelasan atas kegiatan berkaitan dengan lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan (Berthelot et al, 2003). Meskipun laporan tersebut masih bersifat voluntary, dapat menjadi nilai plus yang akan berimbas pada nilai perusahaan. Setiadi dan Agustina (2019) mengungkap bahwa semakin banyak data

ekologis yang terungkap, semakin tinggi kepercayaan publik terhadap organisasi, sehingga mampu meningkatkan kredibilitas laporan perusahaan. Anggraeni (2015) menambahkan bahwa pasar menanggapi informasi tentang pengelolaan lingkungan sebagai akibat dari operasi perusahaan sehingga semakin tinggi informasi pengungkapan lingkungan maka nilai perusahaan juga meningkat karena kepercayaan yang diperoleh perusahaan cukup tinggi dari publik.

Selain itu, Pratama et al (2019) mengungkapkan bahwa laporan lingkungan akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan karena mencerminkan komitmen terhadap lingkungan sehingga diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Didukung oleh Latifah dan Luhur (2017) bahwa nilai perusahaan dapat tercipta atas keseimbangan dalam berbagai segi, yakni baik dari segi ekonomi, segi sosial dan juga dari segi lingkungan.

Penelitian mengenai nilai perusahaan tetap menarik untuk dilakukan hingga saat ini karena berkaitan dengan pencapaian tujuan jangka panjang dan keberlangsungan perusahaan sehingga peneliti menetapkan judul “Pengaruh Solvabilitas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepedulian Lingkungan sebagai Variabel Moderating”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah solvabilitas, ukuran perusahaan serta profitabilitas mampu memberikan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah kepedulian lingkungan mampu memoderasi solvabilitas, ukuran

perusahaan serta profitabilitas pada nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Menguji pengaruh solvabilitas, ukuran perusahaan serta profitabilitas pada nilai perusahaan.
2. Menguji apakah kepedulian lingkungan mampu memoderasi pengaruh solvabilitas, ukuran perusahaan serta profitabilitas pada nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat atas hasil penelitian ini diantaranya adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah pemahaman dan informasi tentang nilai perusahaan
 - b. Bahan rujukan untuk melakukan eksplorasi lebih lanjut.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan

Diharapkan mampu sebagai perspektif bagi pihak pengelola perusahaan mengenai hal apa saja yang mempengaruhi tumbuhnya nilai perusahaan.

- b. Bagi Investor

Diharapkan mampu memberikan perspektif kondisi kesehatan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan bahan acuan investor sebagai penentu spekulasi investasi.

- c. Bagi Masyarakat

Diharapkan mampu memberikan informasi mengenai seberapa jauh tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sehingga masyarakat tidak terganggu dengan adanya keberadaan perusahaan.