

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan utama setiap perusahaan adalah untuk mengoptimalkan laba perusahaan serta kekayaan pemegang sahamnya yang dapat direalisasikan dengan memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan. Menurut Pratama dan Wiksuana (2016:1341) perusahaan yang nilai perusahaannya tinggi akan memaksimalkan kesejahteraan pemegang sahamnya, akibatnya para investor akan berminat untuk berinvestasi terhadap perusahaan tersebut. Keterampilan suatu perusahaan dalam memaksimalkan laba dapat dijadikan sebagai faktor penting bagi pihak eksternal dan internal perusahaan dalam menetapkan suatu keputusan. Hal tersebut nantinya juga akan memikat para investor untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan.

Salvatore (2005) dalam Oktaviani, *et al* (2019:102) menyatakan bahwa perusahaan *go public* bertujuan meningkatkan kesejahteraan pemegang sahamnya dengan mengoptimalkan besarnya nilai perusahaan. Besarnya nilai perusahaan maka menumbuhkan kepercayaan para investor terhadap kemampuan serta peluang perusahaan di masa depan. Menurut Ananda, *et al* (2016:16) nilai perusahaan adalah nilai pasar pada suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham, surat berharga, ekuitas dan liabilitas, yang mana dapat juga diartikan sebagai evaluasi

menyeluruh terhadap perusahaan yang berhubungan dengan persepsi investor pada harga saham beredar, ekuitas serta laba yang disajikan oleh perusahaan.

Nilai perusahaan pada penelitian ini diproksikan menggunakan harga pasar saham sebab harga pasar saham perusahaan menggambarkan persepsi para investor secara menyeluruh pada masing-masing ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Apabila nilai perusahaan diproksikan dengan harga saham, maka memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham (Ferianto, 2020:02). Oleh karena itu, harga saham dianggap sebagai cara yang tepat guna menghitung besarnya nilai perusahaan.

Fenomena yang terkait dengan nilai perusahaan pada sektor pertambangan yaitu seperti dilansir dari Sindonews.com pada 07 November 2021 adalah berdasarkan data RTI beberapa perusahaan pertambangan sahamnya meningkat signifikan pada awal November. PT Harum Energy Tbk (HRUM) mengalami kenaikan saham sebesar 166,78% pada periode berjalan 2021 sehingga harga saham meningkat pada harga Rp 7.950 per saham. Selanjutnya PT Adaro Energy (ADRO) juga mengalami peningkatan saham sebesar 17,13% pada periode berjalan 2021 dengan harga Rp 1.675 per saham. Adapula PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) juga mengalami peningkatan saham sebesar 61,73% pada periode berjalan 2021 yaitu dengan harga Rp 22.400 per saham. PT Harum Energy Tbk diketahui mengalami peningkatan saham yang sangat besar hal tersebut dikarenakan penjualan selama tahun 2021 mayoritas dilempar ke kawasan Asia Pasifik. Porsi terbesar dijual ke China (82%), Jepang (8%), diikuti oleh Bangladesh (5%), Thailand (2%), Korea Selatan (1%), India (1%) dan Pakistan (1%).

Dilansir dari KONTAN.CO.ID Terdapat sejumlah faktor seperti merebaknya pandemi COVID-19 yang membatasi aktivitas ekonomi publik, hingga perkembangan konflik geopolitik yang terjadi di Eropa telah mendorong peningkatan harga sejumlah komoditas energi, seperti harga batu bara yang bergerak fluktuatif. Kenaikan harga batu bara pada tahun 2021 juga merupakan imbas dari pemulihan ekonomi dunia pasca pandemi yang menyebabkan permintaan batu bara meningkat. Sementara tingkat produksi masih belum bisa mengimbangi tingginya permintaan. Permintaan sangat tinggi terjadi di China, ditambah gangguan pasokan dan harga gas alam yang lebih tinggi secara global. Dengan meningkatnya harga komoditas batu bara menyebabkan terdapat beberapa perusahaan yang mengalami peningkatan harga saham. Hal tersebut tentunya menunjukkan adanya peningkatan pada nilai perusahaan yang diprosikan dengan harga saham sebab dengan adanya peningkatan harga saham perusahaan akan merubah penilaian investor terhadap nilai perusahaan sehingga akan berpengaruh pada minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan (Ferianto, 2020:01).

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi besarnya nilai perusahaan, yaitu meliputi manajemen laba, ukuran perusahaan serta *corporate social responsibility* (csr). Subanidja, *et al* (2016) mengutarakan bahwa manajemen laba merupakan cara seorang manajer yang berencana untuk melakukan kecurangan dalam laporan keuangan namun masih dalam batasan prinsip akuntansi. Hal tersebut dilakukan oleh pihak manajemen guna memperdayai para pemakai laporan keuangan yang akibatnya manajemen dapat memperoleh keuntungan secara pribadi (*obtaining private gains*). Penerapan manajemen laba dapat menimbulkan

ketidaksesuaian informasi laporan keuangan dengan keadaan yang sebenarnya (Herman dan Purwanto, 2014:134). Menurut Indriani, *et al* (2014) mengutarakan bahwa penerapan manajemen laba mampu menyusutkan besarnya nilai perusahaan dikarenakan hal tersebut dilakukan secara oportunistik, dan besar kecilnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh perencanaan laba yang dilakukan oleh manajer.

Dalam sebuah entitas bisnis, pada praktiknya kerap kali menimbulkan asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) sehingga seorang manajer perlu menetapkan sebuah kebijakan manajemen laba (*earnings management*) yang berkaitan dengan kinerja perusahaan sepanjang periode berjalan (Triyuwono, 2018 dalam Nersiyanti, *et al*, 2020:03). Menurut Philips, *et al* (2003) dalam Akbar dan Purnomo (2018:226) terdapat dua hal utama yang mendorong suatu perusahaan menerapkan manajemen laba yaitu menghindari penurunan laba dan menghindari kerugian. Menghindari penurunan laba dilakukan dengan tujuan agar laba yang tersaji pada laporan keuangan tidak berfluktuasi sebab akan berdampak negatif bagi para investor. Sedangkan tujuan menghindari kerugian adalah karena perusahaan yang mengalami kerugian berpotensi menurunkan harga saham, sehingga akan menghilangkan kepercayaan oleh pihak investor. Kedua hal tersebut sama-sama bertujuan untuk menciptakan citra yang baik terhadap persepsi investor pada perusahaan sehingga tidak menurunkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan ialah suatu ukuran/skala yang dimanfaatkan guna mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Riyanto (2001:313) dalam Susila, *et al* (2019:76) semakin besar ukuran suatu perusahaan maka para investor cenderung

akan banyak merasa tertarik terhadap perusahaan tersebut, sehingga akan memaksimalkan nilai perusahaan di mata para investor, hal tersebut dikarenakan perusahaan lebih berpotensi memiliki situasi yang lebih stabil.

Ukuran perusahaan merupakan tindakan yang diaplikasikan oleh perusahaan untuk menetapkan besar kecilnya perusahaan dengan meninjau hasil dari total aset, total penjualan dan investasi pasar (Nurmida, *et al*, 2017 dalam Dwiastuti dan Dillak, 2019:138). Menurut Pantow dan Trang (2015:970) mengungkapkan bahwa besarnya proporsi suatu perusahaan akan mempermudah perusahaan dalam mendapatkan permodalan baik untuk internal maupun eksternal perusahaan. Melonjaknya harga saham suatu perusahaan menyebabkan nilai perusahaan turut naik sesuai dengan yang ditetapkan oleh Bursa Efek. Harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa suatu perusahaan sanggup mengoptimalkan kemampuannya dengan baik sehingga dapat mengembangkan nilai perusahaan juga (Wulandari, 2013 dalam Oktaviani, *et al*, 2019:103).

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* adalah salah satu cara yang kini banyak ditinjau oleh para investor untuk mengelaborasi sebuah perusahaan. Dalam Pasal 1 Nomor 3 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu bahwa CSR merupakan “komitmen perseoran untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan serta lingkungan yang bermanfaat bagi perseoran itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat sekitar pada umumnya”. Penerapan *corporate social responsibility* yang berdaya guna dan sinkron dengan peraturan yang berlaku akan

menimbulkan respon positif oleh investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan nilai perusahaan (Retno dan Prihatinah, 2012 dalam Karina dan Setiadi 2020:47).

Dengan menerapkan aktivitas *corporate social responsibility*, perusahaan berkeinginan untuk mencapai legalitas di bidang sosial serta memperoleh penilaian positif dari investor, dengan diperolehnya penilaian positif tersebut pada perusahaan maka akan berakibat pada kinerja keuangan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* secara stabil dengan jangka waktu yang panjang akan membangun keyakinan masyarakat sekitar tentang perusahaan. Menurut Fauzi (2016) dalam Nunik dan Susilo (2021:303) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan akan meningkatkan penilaian positif terhadap perusahaan dan dapat dijadikan salah satu bahan penilaian yang dilihat oleh para calon investor dalam menentukan tempat berinvestasi sebab mereka merasa bahwa perusahaan tidak sekedar memburu laba saja namun juga mencermati masyarakat dan lingkungan perusahaan.

Hasil penelitian tentang pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Riswandi dan Yuniarti (2020) diperoleh hasil bahwa manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian dari Jannah dan Wibowo (2021) diperoleh hasil bahwa manajemen laba berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Mukti, *et al* (2021) diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani, *et al* (2019) diperoleh hasil berbeda yaitu ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Mukti, *et al* (2021) diperoleh hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Stiaji, *et al* (2017) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.
2. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.
3. Untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan bahan pertimbangan untuk peneliti-peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh manajemen laba, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat menyampaikan representasi tentang perusahaan yang berhubungan dengan pengaruh manajemen laba, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menyajikan penilaian dan petunjuk bagi perusahaan tentang manfaat menerapkan *corporate social responsibility* pada perusahaan serta memberikan informasi tentang manajemen laba, ukuran perusahaan serta nilai perusahaan dalam suatu perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini mampu meningkatkan pengetahuan peneliti serta dapat lebih memahami tentang pengaruh manajemen laba, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.5 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Rencana Kegiatan	Waktu (Bulan) Tahun 2022					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust
1	Persiapan						
	a. Menentukan tema penelitian	■					
	b. Pengajuan judul penelitian		■				
	c. Penyusunan proposal penelitian		■	■			
2	Pelaksanaan						
	a. Seminar Proposal				■		
	b. Pengumpulan data penelitian				■	■	
3	Penyusunan Skripsi						
	a. Penulisan Skripsi					■	
	b. Seminar Skripsi						■

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020 dengan mengambil data *annual report* serta laporan keuangannya pada www.idx.co.id dan waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu 6 bulan dari bulan Maret 2022 sampai Agustus 2022.

