

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya jumlah perusahaan *go public* saat ini menunjukkan bahwa persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat, sehingga memberikan tuntutan bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat bersaing untuk mencapai tujuan utamanya. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan.

Pada dasarnya suatu perusahaan didirikan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan pemilik atau para investor. Nilai perusahaan yang tumbuh secara berkelanjutan sangat penting karena dapat mempengaruhi pandangan para investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai kekayaannya di masa depan (Wahyuni, 2018).

Nilai perusahaan merupakan pandangan yang diberikan investor terhadap tingkat keberhasilan dari suatu perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kepercayaan dari pemegang saham (Wijaya dkk., 2021). Nilai perusahaan menggambarkan kondisi baik atau buruknya pengelolaan kekayaan manajemen yang terkait dengan kinerja keuangan perusahaan dalam penggunaan asset dan modalnya untuk memperoleh keuntungan yang optimal (Rahmadhani & Anwar, 2021). Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *Price Earning Ratio* (PER). PER merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga

saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham. rasio ini mencerminkan bagaimana pandangan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin besar PER, semakin besar kemungkinan perusahaan tumbuh sehingga nilai perusahaan dapat meningkat. PER dipilih sebagai proksi pada penelitian ini dikarenakan PER mampu mengindikasikan perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi dimana hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang.

Terdapat strategi yang yang harus difikirkan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, *Pertama* mengenai pengelolaan aset perusahaan. aset merupakan harta atau kekayaan yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan operasionalnya. Untuk melihat besar kecilnya aset perusahaan dapat dilihat dari *total asset* perusahaan. *Total Asset* merupakan cara yang digunakan dalam mengukur jumlah aset perusahaan. semakin besar *total asset* perusahaan, maka investor dan masyarakat akan mempersepsikan bahwa kinerja perusahaan sangat baik dalam mengelola aktivitas bisnisnya dan akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Kedua, strategi manajemen perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah mengenai tingkat persediaan yang dimiliki perusahaan. karena persediaan merupakan faktor penting pada sebuah perusahaan (Ningtyas & Istikhoro, 2019). tingkat persediaan diukur dengan melihat tingkat perputaran persediaan. *Inventory Turnover* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menunjukkan kualitas persediaan barang dagang dalam meningkatkan aktivitas penjualan. Meningkatkan perputaran persediaan di ikuti dengan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan. Dengan meningkatkan keuntungan tersebut tersebut dapat meyakinkan

para investor bahwa perusahaan tumbuh dengan baik dan termotivasi untuk meningkatkan permintaan saham sehingga akan berdampak pada kenaikan harga saham dan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian (Yanuarti & Heniwati, 2022) membuktikan bahwa *Inventory Turnover* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Namun, berbeda dengan hasil penelitian (Prajanto & Pratiwi, 2017) membuktikan *Inventory Turnover* tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa adanya ketidakkonsistenan dari hasil penelitian tersebut, hal ini memungkinkan diakibatkan adanya variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu terkait dengan tanggung jawab perusahaan atau *responsibility* yang diproksikan pada *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai perusahaan akan meningkat apabila perusahaan memperhatikan ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup, dengan adanya pelaksanaan CSR akan meningkatkan jumlah investor yang akan menanamkan saham pada perusahaan tersebut dan nantinya akan memberikan dampak terhadap nilai perusahaan yang dilihat dari harga saham (Atmaja dkk., 2021).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk melakukan perbaikan atas ketimpangan sosial dan lingkungan yang rusak akibat dari aktivitas bisnis yang dilakukan (Labibah, 2022). Perusahaan yang mengungkapkan CSR pada laporan tahunan (*annual report*) akan membangun *image* yang baik di mata para *stakeholder* karena perusahaan dianggap memiliki kepedulian terhadap tanggung jawab lingkungan sosial dan menambah kepercayaan *stakeholder* bahwa perusahaan tersebut akan mengalami kemajuan dalam keberlanjutan usahanya (*sustainable*).

Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan nilai perusahaan (Labibah, 2022) membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil bertentangan dengan penelitian (Nuryana & Bhebehe, 2019) bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang memberikan pengaruh terhadap CSR karena tingkat pengungkapan CSR yang dilaksanakan setiap perusahaan masih sangat beragam. Penelitian ini menggunakan *Total Asset* dan *Inventory Turnover* yang diduga dapat memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki *total asset* yang besar menggambarkan bahwa kinerja perusahaan yang baik dalam mengelola aktivitas bisnisnya sehingga berdampak pada meningkatnya harapan *stakeholder* akan kewajiban perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya. Kemudian perusahaan yang memiliki tingkat perputaran persediaan cepat, dinilai bahwa perusahaan memiliki kemampuan mengelola aktivitas penjualan. Pengelolaan aktiva yang baik akan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan secara luas kinerja keuangan perusahaan, salah satunya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian dan (Utami et al., 2019) membuktikan bahwa *Inventory Turnover* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel mediasi yang diduga dapat memediasi pengaruh variabel bebas yaitu *total asset* dan *inventory turnover* terhadap nilai perusahaan. Alasan memilih CSR sebagai variabel mediasi karena pemerintah sudah menetapkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 yang mewajibkan PT untuk melaksanakan CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap kepentingan *stakeholder* terkait dengan pengungkapan informasi CSR.

Corporate Social Responsibility dalam memediasi pengaruh *total asset* dan *inventory turnover* terhadap nilai perusahaan. perusahaan dengan *total asset* yang besar akan menjadi sebuah sorotan bagi *stakeholder* bahwa perusahaan mampu mengelola asetnya yang digunakan untuk aktivitas operasionalnya. Sehingga, mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait kegiatan CSR. Selain itu, perusahaan yang memiliki *total asset* yang besar memiliki gambaran yang baik terkait nilai perusahaan di mata investor.

Perusahaan dengan tingkat perputaran persediaan yang cepat menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam mengelola aktivitas penjualannya. Pengelolaan aktivitas penjualan yang baik mendorong perusahaan untuk mengungkapkan secara luas kinerja keuangan perusahaan dengan cara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, perusahaan yang mengelola aktivitas penjualannya dengan baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. hal ini membuat nilai perusahaan dan harga saham perusahaan semakin tinggi.

Penelitian ini menggunakan perusahaan *food & beverage* objek penelitian karena Perusahaan *food & beverage* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman dimana setiap produknya selalu dicari oleh para konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini ingin menguji apakah nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* dapat dipengaruhi oleh pengelolaan aset perusahaan yang baik dan perputaran persediaan yang cepat dalam meningkatkan aktivitas penjualan. Selain itu, dari kegiatan perusahaan *food & beverage* yang selalu berkaitan dengan sumber daya alam akan memberikan dampak pada lingkungan sehingga mewajibkan perusahaan mengungkapkan CSR sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat sekitar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Total Asset* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food & Beverage*?
2. Apakah *Inventory Turnover* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food & Beverage*?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada Perusahaan *Food & Beverage*?
4. Apakah *Total Asset* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Food & Beverage*?
5. Apakah *Inventory Turnover* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Food & Beverage*?
6. Apakah *Corporate Social Responsibility* memediasi pengaruh *Total Asset* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food & Beverage*?
7. Apakah *Corporate Social Responsibility* memediasi pengaruh *Inventory Turnover* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food & Beverage*?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

- a. Sebagai persyaratan telah menyelesaikan studi Strata Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- b. Menerapkan ilmu pengetahuan baik itu secara teori maupun praktik yang didapatkan selama perkuliahan dan mendapatkan pengalaman praktis dalam penelitian.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Total Asset* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Inventory Turnover* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage*.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Total Asset* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *food & beverage*.
- e. Untuk mengetahui pengaruh *Inventory Turnover* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *food & beverage*.
- f. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* memediasi pengaruh *Total Asset* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage*.
- g. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* memediasi pengaruh *Inventory Turnover* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk Penulis

Dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman untuk menulis karya ilmiah dengan baik dan memberikan sumbang piker bagi perusahaan untuk mengelola kinerja keuangan dan memperbaiki *corporate social responsibility* untuk meningkatkan nilai perusahaan.

2. Untuk Universitas PGRI Adibuana Surabaya

Dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan untuk penelitian sleanjutnya sehingga kelemahan dan kekurangan peneliti dapat disempurnakan

khususnya mengenai *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

3. Untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi edukasi dan informasi bagi masyarakat terkait dengan kinerja lingkungan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan