

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Tujuan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal. Tujuan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu meningkatkan kemakmuran pemegang saham sehingga semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat sehingga pentingnya bagi perusahaan untuk terus memahami masyarakat (Natasha, 2021).

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, globalisasi yang terus berlangsung, kondisi persaingan usaha yang semakin ketat serta masalah-masalah sosial lingkungan seperti bencana alam, polusi, dan pemanasan global membuat tantangan atas tanggung jawab perusahaan semakin besar. Perusahaan dituntut menggunakan seluruh sumber daya yang tersedia secara efektif dan efisien untuk meningkatkan kinerja serta membangun keunggulan kompetitifnya. Perusahaan juga harus memikirkan kelangsungan hidup usahanya dimasa yang akan datang sesuai dengan harapan pemiliknya. Selain persaingan usaha yang terjadi saat ini, adapun masalah lain yang terjadi pada awal tahun 2020 yaitu pandemi Covid-19. Mewabahnya virus ini yang tak kunjung selesai berdampak ke segala sektor, terutama Indonesia. 2 Salah satunya sektor ekonomi yang menjadikan perusahaan-perusahaan sulit bergerak. Perkembangan pasar modal

saat ini mengalami ketidakstabilan semenjak terjadinya pandemi Covid-19 dan indonesia menjadi salah satu yang mengalami penurunan yang cukup drastis. Kondisi ini mempengaruhi dan menghadapkan perusahaan pada situasi yang tidak pasti. Persaingan usaha yang terjadi saat ini membuat perusahaan harus melakukan strategi atau perencanaan yang baik untuk meningkatkan kinerja demi memaksimalkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan menjadi daya tarik investor untuk melihat dan menilai suatu perusahaan. Persaingan usaha yang terjadi saat ini membuat setiap perusahaan harus melakukan perencanaan strategi yang baik untuk meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tercapai (Fauziyah & Kustinah, 2023).

Umumnya suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang misalnya mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham, maupun tujuan jangka pendeknya misalkan memaksimalkan laba perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki. Perusahaan go public cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Pramana dan Mustanda, 2016). Secara normatif salah satu tujuan manajemen keuangan yaitu memaksimumkan nilai perusahaan (Wiagustini, 2014). Harga saham suatu perusahaan dapat menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan (Sulistyo et al., 2020).

Persaingan dalam industri manufaktur membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan (Kusumaja, 2011)

Firm Value atau Nilai Perusahaan adalah gambaran mengenai keadaan umum perusahaan. Investor menjadikan nilai perusahaan sebagai ukuran

terhadap sebuah perusahaan, yang sering dihubungkan dengan harga saham. Tingginya nilai perusahaan mengindikasikan tingginya tingkat kemakmuran sebagai pemegang saham (Soliha dan Taswan, 2002). Semakin tinggi tingkat harga saham, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan kedepannya, serta mencerminkan total *asset* yang dimiliki perusahaan. Nurlela dan Ishaluddin (2008) menyatakan bahwa nilai perusahaan akan mampu memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham meningkat. Nilai perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar manfaat yang akan diperoleh investor dari suatu perusahaan (Putra & Wirawati, 2013).

Meskipun perusahaan memiliki tujuan-tujuan yang lain, namun memaksimalkan harga saham adalah tujuan yang paling penting. *Firm value* menurut Gitman dan Zutter (2015) adalah nilai aktual perlembar saham yang akan diterima apabila seluruh asset perusahaan dijual sesuai harga pasar. *Firm value* akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan Salah satu cara untuk menghitung *firm value* dengan menggunakan *Tobin's Q* yang dikembangkan langsung oleh James Tobin. Klaper dan love (2002) menentukan bahwa nilai *Tobin's Q* merupakan rasio dari harga penutupan saham di akhir tahun buku dikali dengan banyaknya saham yang beredar ditambah nilai buku dibagi dengan total aset, semakin besar nilai *Tobin's Q* tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Sudana (2015) mengatakan bahwa tujuan suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba, namun demikian memaksimalkan laba dinilai kurang tepat sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan di bidang keuangan. Secara normatif tujuan dari pengelolaan keuangan perusahaan adalah untuk

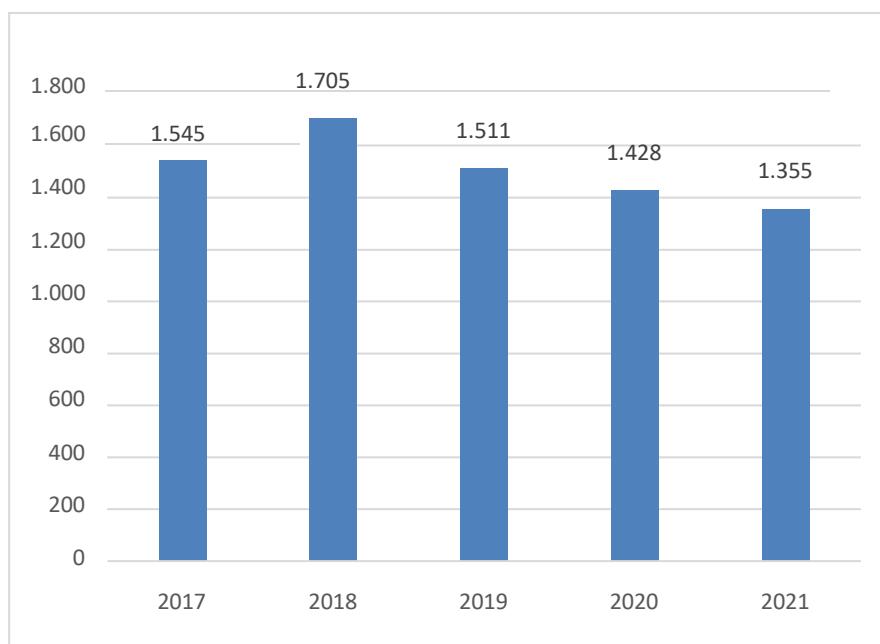
meningkatkan nilai perusahaan, yang tercermin dari harga pasar sahamnya (Endang Mahpudin, 2016).

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Perusahaan manufaktur adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang industri biasanya dilengkapi dengan pengolahan sehingga sebutannya menjadi perusahaan industri dan pengolahan aktifitas perusahaan ini adalah membeli bahan baku untuk diolah menjadi produk baru seperti barang setengah jadi atau barang jadi barang yang telah diolah selanjutnya dipilih, dipilah, dikemas, dilabeli, baru di jual (Gusliana, 2021).

Perusahaan manufaktur diklasifikasikan ke dalam tiga sektor, yaitu sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, serta sektor industri dasar dan kimia. Menurut OJK sektor industri dasar dan kimia adalah perusahaan yang mencakup saham di bidang usaha industri dasar dan industri kimia. Yang termasuk ke dalam industri dasar yaitu usaha pengubahan material dasar menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang masih akan diproses di sektor perekonomian selanjutnya. Yang termasuk ke dalam industri kimia mencakup usaha pengolahan bahan-bahan terkait kimia dasar yang akan digunakan pada proses produksi selanjutnya. Contoh: semen, keramik, kaca, porselin, produk logam, bahan kimia, plastik dan kemasan, pakan ternak, industri kayu, kertas dan lainnya.

Alasan memilih perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sektor industri dasar dan kimia, karena sebagian besar produk sektor ini tetap dibutuhkan oleh masyarakat dan produk sektor ini banyak yang digunakan sehari-hari, seperti 6 pembudidayaan tumbuhan memerlukan pupuk kimia seperti insektisida dan pestisida, serta pembudidayaan hewan memerlukan pakan ternak. Hal ini

menyebabkan sangat kecil kemungkinan perusahaan yang mengalami kerugian. Dengan perusahaan yang memiliki kemungkinan kecil mengalami kerugian, maka terdapat kemungkinan memiliki harga saham yang baik, sehingga mempunyai nilai perusahaan yang baik pula. Begitu juga sebaliknya, jika harga saham turun, maka nilai perusahaan tidak baik. Berdasarkan pada hal tersebut, maka dari itu saham sangat mempengaruhi nilai perusahaan.



Sumber : www.bps.go.id data diolah

Gambar 1.1 Rata-Rata Harga Penutupan Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Periode 2017-2021

Berdasarkan gambar grafik diatas dapat diketahui bahwa harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia mengalami penurunan. Rata-rata harga saham terendah adalah pada tahun 2021 dan rata-rata harga saham tertinggi adalah pada tahun 2018. Kenaikan harga saham pada tahun 2018 disebabkan karena China tengah mengalami defisit produksi kertas

sehingga mengharuskan lebih banyak impor dari negara lain, salah satunya Indonesia untuk menutup defisit.

Penyebab lainnya adalah kinerja emiten unggas yang atraktif didorong oleh harga broiler dan bibit ayam yang naik. Pada kuartal II/2018, laba emiten unggas tumbuh tinggi karena sentimen puasa dan Lebaran sehingga mendorong konsumsi masyarakat meningkat (Haffiyan, 2018).

Sedangkan pada tahun 2019-2021 harga saham perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia mengalami penurunan. Menurut Wijayanti & Kadir (2022) Covid-19 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap indeks harga saham sektor industri dasar dan kimia. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan kasus Covid-19, sehingga pemerintah melakukan tindakan *lockdown*. Akibatnya, kinerja industri terganggu dan mengakibatkan penurunan saham pada sektor industri dasar dan kimia. Pergerakan harga saham yang mengalami fluktuatif pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang semakin turun akan membuat beberapa sentimen negatif bagi investor. Salah satu hal penting yang dapat diperhatikan oleh investor untuk memutuskan membeli saham adalah dengan melihat faktor internal perusahaan berupa *agency cost reduction, sales growth, triple bottom line* dan *return on equity* (ROE).

Selain itu, menurut Sembiring & Trisnawati (2019) dinyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan pencapaian suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat setelah perusahaan melalui proses dalam waktu lama. Karena indikator nilai perusahaan merupakan suatu penilaian yang positif, maka peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan penting dari perusahaan, sehingga pihak perusahaan dan pihak investor harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang rendah akan membuat para pemegang saham menjadi tidak percaya pada kinerja perusahaan saat ini, sehingga mereka akan berpikir kembali untuk menanamkan modalnya pada perusahaan ini atau tidak. Begitu pentingnya nilai perusahaan maka penelitian ini ingin mengkaji fenomena yang menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Adapun faktor yang di duga dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Agency cost reduction* (Biaya Agensi) menurut Jensen dan Meckling (1976), biaya keagenan didefinisikan hubungan keagenan sebagai sebuah kontrak dimana satu atau lebih *prinsipal* (pemilik) menyewa orang lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingan mereka dengan mendelagasiakan beberapa wewenang untuk membuat keputusan kepada agen. Pemisahan kepemilikan dan pengendalian menyebabkan manajemen (agen) bertindak tidak sesuai dengan keinginan principal (pemilik). Dengan melaksanakan tugas manajerial, manajemen memiliki tujuan pribadi yang bersaing dengan tujuan prinsipal (pemilik) di dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan disebut konflik keagenan (*agency conflict*) (Hidayat, 2017). Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh NurmalaSari dkk., (2021) yang menyatakan bahwa *agency cost reduction* berpengaruh terhadap *firm value*. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Liu dkk., (2016) dan tidak sesuai dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa perusahaan yang memaksimalkan dalam biaya keagenan (*expense ratio*) akan menyebabkan peningkatan dalam nilai perusahaannya. *agency cost reduction* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.

Faktor lain yang dapat diduga juga mempengaruhi kinerja perusahaan untuk nilai perusahaan adalah *sales growth*. *Sales growth* atau dikenal dengan

pertumbuhan penjualan merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan kinerja perusahaan. Semakin tinggi nilai pertumbuhan penjualan perusahaan diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan. Tingginya pemahaman akan tingkat *sales growth* memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk memprediksi jumlah keuntungan yang akan diperoleh dalam periode tertentu (Prabasari & Amalia, 2022).

Pertumbuhan penjualan menggambarkan suatu keberhasilan investasi periode masa lalu yang dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan yang akan datang. Maurien dan Ardana (2019) menyatakan bahwa *sales growth* merupakan perhitungan yang digunakan untuk melihat keberhasilan perusahaan di masa lalu secara operasional yang digunakan untuk memprediksi pertumbuhan dan pencapaian perusahaan di masa yang akan datang. Emanuel dan Rasyid (2019) mengatakan bahwa *sales growth* merupakan tingkat analisis dalam segmen penjualan yang berguna dalam menilai profitabilitas. Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun sebelumnya (Prabasari & Amalia, 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfinur & Hidayat, (2021), Apriliyanti dkk., (2019), Sinaga et al., (2019) dan Masruroh & Makaryanawati, (2020) yang juga menyimpulkan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sujana, (2019) dan Dolontelide dkk., (2019) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Triple Bottom Line (TBL) juga merupakan faktor yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan. TBL merupakan unsur penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. TBL dapat menjadi tolok ukur perusahaan, dengan tidak hanya memperhatikan sisi ekonomi, namun juga dampak yang ditimbulkan baik positif maupun negatif terhadap sosial dan lingkungan (Basar et al., 2023).

Penelitian yang dilakukan Aulia dan Kartawijaya (2011) tentang analisis pengungkapan *Triple Bottom Line* dan faktor yang mempengaruhinya (Lintas Negara Indonesia dan Jepang). Ditemukan bahwa perusahaan di Jepang mengungkapkan kinerja lingkungan lebih tinggi daripada negara Indonesia. Demikian juga penelitian tentang implementasi *Triple Bottom Line* di Indonesia oleh Nurfajriyah (2011). Tujuan penelitian tersebut mengidentifikasi program CSR PT. Pertamina (persero) yang sudah berjalan dan bagaimanakah implementasi konsep *triple bottom line* dalam pelaksanaan aktivitas CSR. Hasil penelitian menemukan kegiatan CSR PT. Pertamina (persero) periode 2007-2009 telah memenuhi konsep *triple bottom line* terdiri dari aktifitas berkaitan *profit, people, and planet*. Aktivitas tanggungjawab bidang ekonomi (*profit*) PT. Pertamina (persero) meliputi laba dan produk-produk. Sedangkan tanggungjawab lingkungan (*planet*) terdiri dari program-program berkaitan penyelamatan dan kelestarian lingkungan. Selanjutnya tanggungjawab sosial (*people*) meliputi aktivitas CSR bidang pendidikan, kesehatan, program kemitraan serta infrastruktur dan bencana (Latifah, 2021).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabatini & Sudana, (2019) dan Mustofa & Suaidah, (2020) yang menunjukkan bahwa *Triple Bottom Line* (TBL) berpengaruh negatif terhadap *firm value*. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Liu dkk., (2016) yang

mengatakan bahwa *Triple Bottom Line* (TBL) berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hal ini juga bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustofa & Suaidah, (2020) yang menyatakan bahwa *triple bottom line* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. *Triple bottom line* berpengaruh negatif pada *firm value* terjadi karena perusahaan belum dapat menyampaikan pengungkapan CSR/TBL secara tepat kepada investor sehingga investor juga belum menangkap sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan. Alasan lainnya dapat disebabkan karena investor masih memandang sebelah mata terhadap konten dari pengungkapan TBL perusahaan tersebut karena informasi yang diberikan masih belum informatif dan relevan dengan fakta yang sebenarnya. *triple bottom line* berpengaruh negatif terhadap *firm value*.

Return On Equity (ROE) di duga juga merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Karena ROE menjadi perhatian para investor sebelum berinvestasi di suatu perusahaan. Tingginya laba bersih perusahaan dapat mendorong investor untuk membeli saham jika mengharapkan keuntungan dari saham yang dibelinya. ROE yang tinggi dapat menyebabkan harga saham lebih tinggi dan bahkan nilai perusahaan yang lebih tinggi juga. ROE merupakan kemampuan ekuitas untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen Rahmadewi dan Abundanti, (2018). Semakin tinggi nilai ROE maka semakin banyak pula investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan bersangkutan (Risqi & Suyanto, 2022).

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik dapat meningkatkan *firm value*. Berdasarkan hasil penelitian Rahmantio (2018) dan Languju (2016) menyimpulkan bahwa ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam konteks ini, penelitian mengenai pengaruh *agency cost reduction, sales growth, triple bottom line, dan return on equity (ROE)* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menjadi relevan dan penting untuk memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika ekonomi dan keuangan perusahaan. Tampak ada beberapa peneliti di atas menemukan variabel-variabel yang telah diteliti masih inkonsistensi. Sehingga mendorong peneliti untuk menguji kembali variabel-variabel tersebut.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Fauziyah & Kustinah, (2023) yang diterapkan pada perusahaan manufaktur 2017-2020 yang meneliti tentang *Agency Cost Reduction, Sales Growth, Triple bottom line* Terhadap *Firm Value*. Peneliti menggunakan variabel independen yang sama yaitu *Agency Cost Reduction, Sales Growth, dan Triple bottom line*. Namun terdapat perbedaan penelitian, dimana penelitian kali ini menambahkan satu variabel independen lain yaitu *Return On Equity (ROE)* dan juga memperpanjang periode penelitian menjadi lima tahun terhitung dari 2018-2022 yang mana merupakan saran dari peneliti sebelumnya. Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka peneliti mengajukan judul “Pengaruh *Agency Cost Reduction, Sales Growth, Triple Bottom Line, Return On Equity* Terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian ini, maka adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Agency cost reduction* berkontribusi terhadap peningkatan *firm value* pada perusahaan manufaktur sektor industri dan kimia di Bursa Efek Indonesia?
2. Sejauh mana *sales growth* memengaruhi *firm value* pada sektor manufaktur sektor industri dan kimia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah penerapan konsep *Triple Bottom Line* (TBL) memiliki dampak positif terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur sektor industri dan kimia di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah *Return On Equity* (ROE) berkorelasi dengan *firm value* pada sektor manufaktur sektor industri dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai pengaruh beberapa faktor kunci, yaitu *agency cost reduction*, *sales growth*, *triple bottom line*, dan *return on equity* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur sektor industri dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun tujuan penelitian secara spesifik adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *agency cost reduction* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur sektor industri dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menganalisis sejauh mana *sales growth* mempengaruhi *firm value* pada sektor manufaktur di sektor industri dan kimia Bursa Efek Indonesia.

3. Untuk menganalisis dampak penerapan konsep *triple bottom line* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur sektor industri dan kimia di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk menganalisis hubungan antara *return on equity* (ROE) dengan *firm value* pada sektor manufaktur sektor industri dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak berikut ini :

1. Kontribusi Teoretis :
 - a. Penelitian ini dapat memperkaya dan memperluas pemahaman tentang *firm value* dan faktor apa saja yang mempengaruhi *firm value*. Hal ini dapat mendukung pengembangan teori baru atau modifikasi pada teori yang sudah ada tentang *firm value*..
2. Kontribusi Praktis :
 - a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai rujukan dalam pengambilan keputusan khususnya berkaitan dengan *firm value*.
 - b. Bagi investor, penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Firm value* untuk membantu merencanakan investasi yang lebih baik.
 - c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan informasi dan dapat dijadikan referensi tambahan untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai *Firm Value*.

3. Manfaat Kebijakan :

- a. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajer perusahaan manufaktur di sektor industri dasar dan kimia, karena dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *firm value*. Dengan demikian mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait dengan *agency cost reduction*, *sales growth*, *triple bottom line*, *return on equity* (ROE) yang dapat meningkatkan *firm value*.