

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Investasi adalah peletakkan sejumlah dana dengan harapan dapat mempertahankan, meningkatkan nilainya, atau memberikan *return* yang positif (Sutha, 2000). Pada pasar modal, investasi memiliki berbagai jenis yakni salah satunya saham. Saham menjadi bagian penting dalam suatu perusahaan, sehingga banyak investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dari modal yang mereka berikan. Oleh karena itu, semua perusahaan berlomba-lomba melakukan inovasi untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan guna mempertahankan perusahaan agar tetap terlihat baik di mata para investor.

Nilai perusahaan adalah cerminan harga saham yang tercipta karena permintaan dan penawaran pasar modal atas evaluasi khalayak umum terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009). Kinerja perusahaan menjadi salah satu pengaruh penting pada harga saham suatu perusahaan sehingga berpengaruh pula terhadap peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu, tujuan jangka panjang suatu perusahaan yakni meningkatkan nilai perusahaan karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka akan mencerminkan bahwa investor akan semakin makmur.

Dengan meningkatnya nilai perusahaan, seorang investor dapat melihat bahwa perusahaan memiliki manajemen risiko dan mampu menerapkan praktik tata

kelola perusahaan yang baik. Oleh karena itu perusahaan perlu menerapkan teori sinyal, sehingga dengan adanya teori sinyal ini investor dapat menangkapnya sebagai sinyal positif. Teori Isyarat atau *signal* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham & Houston, 2001). Melihat adanya sinyal positif tersebut menjadikan investor untuk berkontribusi lebih besar lagi pada perusahaan tersebut. Setelah investor tertarik dengan perusahaan, investor akan melakukan permintaan. Semakin tinggi permintaan, maka semakin tinggi pula harga saham perusahaan. Sehingga tingginya harga saham perusahaan akan menggambarkan nilai perusahaan yang lebih baik dan meningkat.

Mengingat nilai perusahaan menjadi salah satu faktor penting bagi investor, maka setiap perusahaan pasti akan menghadapi ketidakpastian. Ketika ditangani dengan efektif, ketidakpastian ini bisa menjadi peluang untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun, jika tidak dikelola dengan baik, ketidakpastian tersebut dapat berkembang menjadi risiko yang harus diatasi oleh perusahaan. Terlebih di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat terjadi ini, banyak perusahaan dituntut untuk mampu mengelola risiko dengan baik agar dapat bertahan dan berkembang. Sebagai contoh, sepanjang tahun 2020, IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan) mengalami penurunan hingga 31,25% akibat pandemi Covid-19 yang mulai menyebar ke Indonesia. Penurunan tersebut lebih besar terjadi pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Berdasarkan data yang dirilis oleh BEI, terdapat sekitar tujuh perusahaan yang mengalami penurunan. Ketujuh perusahaan tersebut diantaranya ada PT Arwana Citramulia Tbk, PT Fajar

Surya Wisesa Tbk, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, PT Solusi Bangun Indonesia Tbk, PT Semen Indonesia Tbk, PT Waskita Beton Precast Tbk, dan PT Wijaya Karya Beton Tbk (www.kontan.co.id). Saham perusahaan-perusahaan tersebut mengalami penurunan karena selama pandemi, kegiatan pembangunan dan kegiatan sekolah dihentikan. Secara tidak langsung perusahaan semen, keramik, dan kertas mengurangi produksi mereka, karena terjadi penurunan permintaan oleh konsumen. Hal ini menyebabkan penurunan laba yang mengakibatkan penurunan harga saham perusahaan.

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan juga meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (E., Brigham & Daves, 2010). Salah satu cara perusahaan dapat mencapai hal tersebut adalah dengan menerapkan *Enterprise Risk Management (ERM)* dalam penelitian ini. ERM adalah proses yang melibatkan manajemen perusahaan, dewan direksi, dan anggota lainnya dalam menetapkan strategi yang mencakup seluruh aspek perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengenali situasi-situasi yang bisa memengaruhi perusahaan, mengelola risiko-risiko tersebut, dan memberikan keyakinan yang memadai terhadap pencapaian tujuan perusahaan (COSO, 2004). Pentingnya pengungkapan ERM dalam meningkatkan nilai perusahaan perlu dibuktikan secara konkret melalui hasil riset, sehingga dapat meningkatkan kesadaran manajemen tentang pentingnya pengungkapan ERM.

Terlebih jika dikombinasikan dengan ukuran perusahaan sebagai faktor lainnya yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan adalah

suatu skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan berdasarkan berbagai faktor, antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal (Basyaib, 2007). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kecenderungan para investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan. Dengan begitu menggambarkan bahwa ukuran perusahaan dapat secara aktif mempengaruhi nilai perusahaan.

Hal ini menjadi penting bagi investor untuk melihat bagaimana perusahaan mengelola aset yang dimilikinya dengan tujuan memperoleh laba yang maksimal sehingga akan berpengaruh pada profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu, yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat penjualan, aset, serta modal perusahaan (Sartono, 2010). Profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba pada suatu periode waktu tertentu. Dengan saham yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka diyakini bahwa nilai perusahaan akan meningkat pula. Sehingga profitabilitas dapat dijadikan faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan tentang ERM, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Arifah & Wirajaya (2018) menunjukkan bahwa ERM memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian Syafitri et al. (2023) mengungkapkan bahwa ERM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Muslih & Amin (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, pada

penelitian Ramdhonah et al. (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Junaeni (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya pada penelitian (Muslih & Amin, 2018), Ramdhonah et al. (2019), serta Santoso & Junaeni (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Efendi (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan, terlihat adanya hasil yang inkonsisten. Maka, peneliti termotivasi untuk melakukan pengujian kembali menggunakan beberapa variabel yang terdapat pada penelitian terdahulu yaitu ERM, ukuran perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel independen. Sehingga sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022.

Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022 sebagai subjek penelitian karena sepanjang tahun 2020 IHSG mengalami penurunan saham akibat pandemi Covid-19 yang mulai menyebar ke Indonesia. Salah satunya berpengaruh kepada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, terdapat 7 perusahaan yang terkena imbasnya. Hal ini karena terjadinya penurunan jumlah produksi pada perusahaan semen, keramik, dan kertas, sebab banyak kegiatan diluar rumah yang harus dihentikan sementara. Permasalahan ini juga yang menjadi alasan peneliti

menggunakan tahun 2021-2022 sebagai sumber data terbaru untuk menguji terkait variabel independen yang ada.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ERM berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta penelitian-penelitian terdahulu maka penelitian ini bertujuan untuk menggabungkan serta menguji kembali:

1. Pengaruh ERM terhadap nilai perusahaan
2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan maka dapat dirumuskan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan mengenai nilai perusahaan, serta dapat dijadikan sebagai bukti empiris dari pengaruh ERM, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang memiliki

fokus di bidang akuntansi keuangan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

2. Manfaat praktik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan input informasi dalam pengambilan keputusan investasi bagi investor sehingga investor dapat mengambil keputusan yang tepat dan relevan terutama pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk penelitian ini memuat diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Terdiri atas teori sinyal, nilai perusahaan, ERM, ukuran perusahaan, profitabilitas, penelitian terdahulu, serta pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri atas populasi dan sampel penelitian, jenis data dan teknik pengumpulan data, variabel penelitian, operasionalisasi variabel, variabel kontrol, model penelitian, serta metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdiri atas paparan hasil pengujian sampel, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUPAN

Pemaparan kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran dari hasil penelitian yang dilakukan.

