

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan salah satu aktor ekonomi yang memainkan peran vital dalam kehidupan masyarakat dengan memproduksi barang dan jasa. Setiap perusahaan berusaha untuk tetap dinamis sesuai dengan perkembangan pasar yang dipengaruhi oleh keinginan konsumen.

Dalam menjalankan usaha terdapat faktor yang dapat menghambat kegiatan usaha diantaranya yaitu faktor sosial, faktor internal, dan faktor eksternal berupa persaingan usaha. Ditengah persaingan bisnis saat ini, setiap perusahaan harus menggunakan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan perusahaan. Dalam melaksanakan aktivitas operasionalnya, perusahaan memiliki tujuannya masing-masing. Menurut Umam & Hartono (2019) secara keseluruhan, tujuan perusahaan meliputi sasaran jangka pendek dan jangka panjang. Untuk jangka pendek, tujuannya adalah mendapatkan keuntungan dari operasional serta mengoptimalkan profit melalui penggunaan sumber daya yang efisien. Sedangkan untuk jangka panjang, perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Menurut Hidayat *et al.* (2021) memaksimalkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan dan strategi penting untuk menjaga keberlangsungan perusahaan di

tengah persaingan. Dengan meningkatkan nilai perusahaan, kesejahteraan pemegang saham dan pihak terkait lainnya dapat terjamin. Oleh karena itu, tingginya tingkat persaingan saat ini mengharuskan perusahaan untuk terus meningkatkan nilai perusahaannya.

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui harga pasar saham, yang mencerminkan penilaian investor terhadap setiap ekuitas yang dimiliki perusahaan (Sari *et al.*, 2021). Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan kemampuan menghasilkan laba maksimal. Selain itu, nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan pandangan investor terhadap kesuksesan perusahaan (Hariyanti & Ubaidillah, 2022). Nilai perusahaan yang baik dan optimal dapat menarik minat sumber dana potensial seperti investor dan kreditur.

Terdapat 3 perusahaan perusahaan di sektor *properties & real estate* yang bernasib kurang baik selama dari tahun 2020-2022, sederet perusahaan tersebut sahamnya tercatat di pasar modal berstatus pailit. Ketiga emiten tersebut yaitu PT. Forza Land Indonesia Tbk (FORZ), PT. Cowell Development Tbk (COWL), dan PT. Hanson International Tbk (MYRX). Seperti salah satu contoh yang sudah diberitakan bahwa kasus PT. Forza Land Indonesia Tbk ini menjadi perhatian penting bagi para investor untuk selalu memperhatikan keterbukaan informasi yang disampaikan oleh perseroan maupun notasi dari bursa. Pada tahun 2019 BEI melakukan suspensi saham PT. Forza Land Indonesia Tbk karena harga saham

ambles signifikan sehingga BEI perlu melakukan *cooling down*. Pada agustus 2022 BEI juga mengumumkan mengenai potensi delisting saham PT. Forza Land Indonesia Tbk. Mengutip keterbukaan informasi, BEI memutuskan suspensi saham FORZ seiring ada keraguan atas *going concern* PT Forza Land Indonesia Tbk yang telah terindikasi. Hingga pada september 2022 berdasarkan (*Putusan Pengadilan Negri Jakarta Pusat Nomor 25/Pdt.Sus Pembatalan Perdamaian/2022/PN Niaga. Jkt, n.d.*) menyatakan perseroan telah dinyatakan berada dalam keadaan pailit. Melansir data perusahaan pada laman BEI, investor publik masih memiliki mayoritas saham FORZ, yakni sebesar 55,22 persen atau setara 1.095.605.162 lembar. Selanjutnya pada oktober 2022 dan oktober 2023 BEI kembali memutuskan untuk penghentian sementara perdagangan efek PT. Froza Land Indonesia Tbk diseluruh pasar sejak sesi 1 perdagangan efek (cnbcindonesia.com).

Menurut Hariyanti & Ubaidillah (2022) untuk meningkatkan nilai perusahaan, diperlukan informasi tambahan yang menarik dan membangkitkan minat para pemangku kepentingan, serta memberikan kesan positif kepada pihak eksternal perusahaan, khususnya masyarakat. Informasi ini mencakup tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang dikenal sebagai *corporate social responsibility* (CSR).

Pengungkapan CSR oleh perusahaan bermanfaat dalam meningkatkan citra, merek, dan harga sahamnya. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya menjalankan tanggung jawab sosialnya, karena hal ini dapat memperbaiki citra atau reputasi perusahaan di mata masyarakat. Perusahaan yang mengungkapkan CSR secara

terbuka akan mendapat respon positif dari pelaku pasar, karena dianggap transparan dalam penyampaian informasi (Hidayat, 2021).

Dahulu, perusahaan hanya dianggap sebagai badan yang hanya memiliki kepentingan terhadap era globalisasi sekarang ini, namun pemikiran itu sudah tidak bisa diterapkan pada era globalisasi sekarang ini, perusahaan pada era saat ini tidak hanya bertanggung jawab terhadap pemegang saham (*shareholder*) tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap semua pihak terutama pada lingkungan perusahaan itu sendiri. Maka dibuatlah sebuah program *corporate social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan, program ini tidak hanya menguntungkan bagi pihak internal perusahaan namun juga dapat menguntungkan pihak eksternal perusahaan seperti masyarakat yang ada di lingkungan perusahaan.

Corporate social responsibility adalah gagasan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada satu aspek saja (*single bottom line*), yaitu nilai perusahaan yang tercermin dalam kondisi keuangannya, tetapi juga harus memperhatikan tiga aspek utama (*triple bottom line*), yaitu finansial, sosial, dan lingkungan (Junardi, 2019).

Menurut Alamsyah & Malanua (2021) CSR mempengaruhi nilai perusahaan karena minat investor dalam membeli saham. Tingkat pengungkapan CSR yang tinggi dan variabel pengungkapan CSR yang dapat diukur secara langsung membuat investor lebih cenderung membeli atau menjual saham berdasarkan kondisi pasar ekonomi dan berita yang beredar. Penelitian lain dilakukan oleh

Junardi (2019) menunjukkan bahwa ketika perusahaan mengungkapkan aktivitas dan kegiatan sosialnya kepada masyarakat, hal ini berdampak pada peningkatan harga saham, yang juga meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Penelitian ini didukung oleh (Zuhriah & Maharani, 2022) dan (Susila & Prena, 2019).

Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Cholifah & Kaharti (2021) yang menunjukan bahwa luasnya pengungkapan kontribusi perusahaan terhadap *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini disebabkan karena belum adanya standar baku dalam pelaporan pengungkapan CSR, sehingga isi pengungkapan CSR disetiap perusahaan memiliki perbedaan. Disisi lain, bagi investor yang kecendrungan membeli saham lebih penting mempertimbangkan profit perusahaan dibandingkan dengan citra perusahaan (*image* perusahaan).

Faktor lain untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah kualitas laba. Menurut Wairisal & Hariyati (2021) investor mengamati dan menilai perusahaan berdasarkan kualitas laba yang dihasilkan. Oleh karena itu, agar calon investor tertarik untuk berinvestasi, perusahaan harus memaksimalkan atau meningkatkan kualitas laba mereka. Kualitas laba menjadi penting karena investor menggunakannya sebagai indikator untuk menilai suatu perusahaan.

Kualitas laba yang baik akan secara otomatis meningkatkan nilai saham perusahaan. Sebaliknya, kualitas laba yang buruk akan menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menarik perhatian pemegang saham

untuk terus berinvestasi, karena mereka dapat memperoleh keuntungan dari investasi tersebut.

Menurut Wairisal & Hariyati (2021) semakin tinggi kualitas laba suatu perusahaan, semakin besar nilai perusahaan tersebut, yang kemudian direspon secara positif oleh pasar. Dengan demikian, para investor cenderung mempertimbangkan kualitas laba dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini didukung oleh Octaviani & Suhartono (2021) yang menyatakan bahwa laba yang baik tanpa manipulasi dari manajer adalah sinyal positif bagi investor. Sinyal tersebut dianggap sebagai berita baik (*good news*), dan pasar bereaksi kuat terhadap saham perusahaan, yang menunjukkan peningkatan nilai perusahaan. Selanjutnya didukung oleh Ningsih *et al.* (2023) yang menegaskan bahwa kualitas laba berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh Risiko Bisnis. Risiko diartikan sebagai kemungkinan terjadinya suatu kejadian yang dapat mengakibatkan kerugian (Mala & Yudiantoro, 2023). Sesuai dengan konsep *trade off* yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat utang, semakin tinggi pula risiko yang harus ditanggung oleh perusahaan, sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Dengan demikian, jika risiko bisnis tinggi, kemungkinan nilai perusahaan akan rendah. Upaya untuk mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko bisnis dapat membantu perusahaan mengurangi dampak negatif risiko terhadap nilai perusahaan serta menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa manajemen risiko bisnis yang efektif sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Makmur *et al.* (2022) risiko bisnis memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa risiko bisnis yang tinggi dapat mengurangi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan pinjaman, karena perusahaan mungkin tidak mampu menanggung beban tetap dari hutang. Temuan ini didukung (Ginting *et al.*, 2020) dan (Putri & Asyik, 2019) yang menyatakan bahwa risiko bisnis memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan temuan tersebut, penelitian yang dilakukan Alamsyah & Malanua (2021) penelitian ini memberikan hasil bahwa risiko bisnis tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan. Mereka menemukan bahwa semakin tinggi risiko bisnis, semakin tinggi pula risiko kebangkrutan yang dihadapi oleh perusahaan, dan sebaliknya. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Mala & Yudiantoro (2023) yang juga menyimpulkan bahwa risiko bisnis tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini akan menguji kembali faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena masih terdapat perbedaan hasil pada penelitian – penelitian sebelumnya, maka penelitian tersebut diteliti ulang dengan judul penelitian **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Laba, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan Pada Emiten *Properties & Real Estate* Tahun 2019 – 2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada emiten *properties & real estate*?
2. Apakah kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada emiten *properties & real estate*?
3. Apakah risiko bisnis berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada emiten *properties & real estate*?
4. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan risiko bisnis berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada emiten *properties & real estate*?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada emiten *properties & real estate*.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas laba terhadap nilai perusahaan pada emiten *properties & real estate*.

3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh risiko bisnis terhadap nilai perusahaan pada emiten *properties & real estate*.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility*, kualitas laba dan risiko bisnis terhadap nilai perusahaan pada emiten *properties & real estate*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang akuntansi, khususnya yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan risiko bisnis. Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan pembaca mengenai nilai perusahaan, diharapkan dapat menjadi perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan risiko bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan *properties & real estate* untuk lebih mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi baik

buruknya nilai perusahaan dan diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mencari solusi ketika nilai perusahaan turun.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada investor dalam mengetahui informasi keuangan yang akurat dan transparan serta sebagai informasi bagi investor bahwa tidak hanya nilai perusahaan saja yang dapat diukur namun pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Laba dan Risiko bisnis juga dapat diukur, sehingga diharapkan dapat berguna bagi investor dalam mempertimbangkan perusahaan yang ingin dipilih untuk berinvestasi.

3. Bagi Regulator

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh regulator untuk menambah wawasan dan meningkatkan kepercayaan investor dalam berinvestasi di perusahaan Indonesia serta untuk mengatur dalam masalah pengungkapan yang berkaitan dengan *sustainability*. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan praktik pertanggung jawabannya berkaitan dengan sosial dan lingkungan.

4. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dari segi ilmu keuangan yang penulis pelajari, khususnya mengenai variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Laba dan Risiko Bisnis terhadap nilai perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti membatasi masalah yang akan terarah pada aspek yang diteliti yaitu pada emiten *properties & real estate* tahun 2019-2022.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan Tugas Akhir disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian hal – hal yang melatarbelakangi alasan penulis mengambil tema mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, kualitas laba dan risiko bisnis terhadap nilai perusahaan studi kasus pada emiten *properties & real estate* tahun 2019-2022.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi paparan mengenai teori – teori yang berkaitan dengan tema skripsi yang diangkat, selain itu juga menampilkan penelitian – penelitian terdahulu dengan tema dan variabel yang berkaitan sehingga dapat dijadikan acuan atau landasan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai penjelasan atau definisi operasional variabel, penjelasan mengenai jenis data dan darimana sumber data

didapatkan, mengenai metode pengumpulan data dan bagaimana metode yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai hasil pengolahan data dengan menggunakan sampel yang ada.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan pada pembahasan atau interpretasi hasil, keterbatasan penelitian, dan saran terhadap pihak – pihak yang terkait dan harapan untuk penelitian dimasa yang akan datang.

