

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era perusahaan industri yang terus semakin berkembang, membuat dunia bisnis antar perusahaan menjadi semakin ketat dan meningkat, sehingga dalam setiap perusahaan harus selalu memperhatikan pengaruh persaingan bisnis. Karena persaingan bisnis yang ketat, maka perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan persaingan di semua bagian perusahaan hal itu pada akhirnya akan mendorong investor untuk menanamkan uangnya ke dalam bisnis tersebut (Sari & Sayadi, 2020). Kemudian dengan persaingan yang semakin ketat, mewajibkan suatu perusahaan untuk dapat meningkatkan valuasi perusahaan (Hidayat, 2019). Jika perusahaan yang memiliki nilai yang lebih tinggi apabila perusahaan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang sahamnya (Rumajar, 2018).

Nilai perusahaan sendiri merupakan hal yang terpenting untuk perusahaan yang harus memperoleh nilai yang tinggi atau maksimal. Ketika suatu perusahaan mampu bertahan dan terus berkembang, nilai perusahaannya akan tinggi dan stabil, maka nilai perusahaan tersebut merupakan kunci untuk mempertahankan nilainya (Rumajar, 2018). Dalam perusahaan seorang investor lebih memilih perusahaan yang tepat untuk berinvestasi karena mereka melihat pada nilai perusahaan yang

berhubungan dengan harga sahamnya (Sondakh, 2019). Dalam bisnis, nilai perusahaan meningkat seiring dengan harga sahamnya. Oleh karena itu, harga saham akan naik dan berdampak pada masa depan perusahaan kepercayaan investor pada kinerjanya dan sehingga dari harga sahamnya akan mengalami peningkatan.

Nilai perusahaan adalah suatu nilai yang dilakukan minat investor terhadap bisnis ini meningkat seiring dengan kenaikan harga saham (Ayu & Suarjaya, 2017). Dalam peningkatan nilai harga saham memiliki kemampuan untuk menggambarkan prospek perusahaan baik saat ini maupun di masa mendatang. Pada penelitian ini, suatu nilai perusahaan terdapat kenaikan dan penurunan saham perusahaan yang merupakan suatu fenomena yang menarik. Fenomena pada kasus perusahaan pertambangan sektor energi ini yang melihat penurunan kuantitas harga saham, memungkinkan berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan yang dilatarbelakangi oleh berbagai permasalahan salah satunya pada perusahaan pertambangan batu bara.

Beberapa saham perusahaan pertambangan, terutama dalam sektor energi mengalami penurunan di tengah lonjakan harga komoditas pada tahun 2022 yang mengalami penurunan berdasarkan Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu PT Indika Energy Tbk (INDY) menurun Rp 170 (6,67%) menjadi Rp 2.380, PT Delta Dunia Makmur Tbk (DOID) menurun Rp 30 (6,67%) menjadi Rp 420, PT Harum Energy Tbk (HRUM) menurun Rp

750 (6,29%) menjadi Rp 11.175, PT Adaro Energy Tbk (ADRO) menurun Rp 180 (5,84%) menjadi Rp 2.900, PT Indo Tambanganraya Megah Tbk (ITMG) menurun Rp 1.250 (4,50%) menjadi Rp 26.550, PT Bukit Asam Tbk (PTBA) menurun Rp 130 (3,67%) menjadi Rp 3.410, dan PT Adaro Minerals Indonesia Tbk (ADMR) menurun Rp 10 (0,6%) menjadi Rp 1.670. Penurunan harga saham batu bara ditambah dengan sektor energi lainnya dapat memicu dengan pergerakan indeks fluktuatif yang disebabkan dari lonjakan harga jual batu bara (Situmorang, 2022).

Selain itu, fenomena yang lainnya adalah harga komoditas ekspor tambang mineral tahun 2024 yang masih ditentukan oleh perkembangan geopolitik. Pada perusahaan pertambangan tahun 2023 harga komoditas tambang mengalami penurunan, seperti batu bara, nikel, kobalt, aluminium, seng, dan tembaga. Penurunan harga komoditas dapat dilihat dari pergerakan harga saham emiten tambang seperti pada perusahaan PT Aneka Tambang Tbk (ANTM) yang menurun 12%, kemudian PT Bukit Asam Tbk (PTBA) naik 33,88% dan PT Timah Persero Tbk (TINS) naik 44,87%. Hal ini disebabkan karena penurunan harga juga terjadi sejalan dengan tidak adanya beberapa penghasil emiten yang besar (Kurnia, 2023).

Berdasarkan fenomena di atas dapat disimpulkan bahwa beberapa saham perusahaan pertambangan batu bara yaitu PT Indika Energy Tbk (INDY), PT Delta Dunia Makmur Tbk (DOID), PT Harum Energy Tbk

(HRUM), PT Adaro Energy Tbk (ADRO), PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG), PT Bukit Asam Tbk (PTBA), dan PT Adaro Minerals Indonesia Tbk (ADMR) telah mengalami penurunan. Dapat disimpulkan yaitu bahwa nilai perusahaan akan tercemin dalam penawaran pada sahamnya, jika perusahaan dapat diperkirakan memiliki prospek yang baik, maka nilai sahamnya juga akan mengalami kenaikan (Fista & Widyawati, 2017). Nilai perusahaan tidak hanya diukur dengan harga sahamnya, tetapi Ada banyak elemen yang memengaruhi nilai suatu perusahaan. Hal ini dapat dipicu dari banyaknya aspek yang mempengaruhinya.

Adapun aspek yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Rahmadhani & Ardini, 2018). *Corporate Social Responsibility* merupakan upaya untuk menciptakan bahwa perusahaan memiliki tata kelola yang baik dan bertahan dengan menjalankan bisnis secara etis dan bertanggung jawab (Nurfauziah & Utami, 2021). Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Salah satu syarat Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas adalah bahwa badan usaha wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan bekerja sama dengan sumber daya alam (SDA) maka harus menerapkan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang meningkatkan lingkungan dan kualitas hidup merupakan kewajiban sosial dan lingkungan yang menguntungkan

perusahaan serta masyarakat tempatnya beroperasi (Jovita & Lisandri, 2020).

Perusahaan dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* maka semakin banyak suatu perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungannya dan semakin meningkatnya nilai perusahaan. Dengan ini, maka mereka dapat berusaha untuk meningkatkan posisi mereka di pasar dengan membangun reputasi, meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta entitas yang lain (Zielinski & Kowalska, 2020). Dengan perusahaan yang aktif mengungkapkan CSR, maka citra perusahaan akan meningkat yang pada akhirnya meningkatkan banyaknya investor untuk menanamkan sahamnya kepada perusahaan. Adanya CSR maka dapat mengoptimalkan manfaat bagi para pemangku kepentingan (Seok *et al.*, 2020). Dengan demikian *Coporate SocIal Responsibility* (CSR) berpengaruh penting terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Erawati & Cahyaningrum (2021) , Kesumastuti & Dewi (2021) dan Putri *et al.* (2022), yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) meningkatkan nilai perusahaan. Adanya berpengaruh positif tersebut merupakan bahwa semakin banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR, maka akan semakin besar juga nilai perusahaan tersebut karena hal ini dapat mendorong investor untuk melakukan investasi finansial atau berinvestasi. Sedangkan hasil menurut penelitian

Jennifer *et al.* (2023), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menurunkan nilai suatu perusahaan, hal ini disebabkan karena kekurangan standar pengungkapan yang konsisten dan kurangnya detail dalam penjelasan program CSR sepanjang laporan tahunan. Dengan demikian, hal ini akan memengaruhi nilai yang dapat dicapai oleh perusahaan mengalami penurunan secara signifikan karena para investor cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan daripada citra perusahaan.

Aspek lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Menurut El-Haq *et al.* (2019), kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajer bisnis yang secara aktif berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan perusahaan tersebut. Dengan adanya manajer saham dalam suatu perusahaan maka akan berupaya untuk meningkatkan hasil bisnis karena peningkatan Nilai bisnis akan mempengaruhi bonus yang diperoleh. Namun, ada risiko akibat kesalahan dalam pengambilan keputusan, yang mana mungkin tidak selalu sejalan dengan kepentingan jangka panjang perusahaan. Dalam perusahaan kepemilikan manajerial bertujuan untuk mendorong manajer agar bertindak lebih hati-hati dan efektif saat menerapkan keputusan yang berkaitan dengan keberhasilan perusahaan.

Hal ini karena manajer memperoleh keuntungan, maka perusahaan juga harus menanggung risiko akibat dari keputusan yang mereka buat dan sehingga bisnis yang dibuat dapat meningkatkan nilai perusahaan yang

memperoleh manfaat dari kepemilikan manajerial (Pratiwi & Widyawati, 2017). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menurut Sari & Wulandari (2021), dan Mulyani *et al.* (2022), menyatakan Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Para manajer perusahaan kini memiliki persentase saham yang lebih besar, yang berdampak positif. meningkatkan kinerja mereka secara optimal dan mencegah terjadinya pengambilan keputusan yang berpotensi merugikan. Mengingat hal ini mungkin memiliki dampak pada manajer serta return investasi sebagai pemegang saham. Manajer akan lebih cenderung mengikuti kepingan pemegang saham karena pada gilirannya akan meningkatkan persepsi positif dan akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan

Sedangkan temuan penelitian terdahulu dari Olusegun *et al.* (2021), menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya penelitian ini tidak berpengaruh hal ini, disebabkan karena manajemen tidak dapat menikmati semua pendapatan dapat mendorong mereka untuk memaksimalkan keuntungan pribadi mereka sendiri dan dikondisi seperti ini dapat merugikan pemegang saham lainnya. Selain itu dalam Upaya manajerial untuk mengurangi konflik keagenan dalam hubungan keagenan tidak berhasil sehingga dalam tujuan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan tidak tercapai.

Aspek selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ialah kepemilikan institusional. Menurut Dewi & Subardjo (2020), kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang merujuk pada seberapa besar saham suatu perusahaan dimiliki oleh institusi seperti pemerintah, lembaga keuangan, badan hukum, institusi asing, dan dana pensiun. Kepemilikan institusional dapat mempengaruhi manajemen perusahaan dengan cara yang efektif melalui pengawasan, sehingga dapat mengurangi potensi tindakan kecurangan di seluruh bisnis. Mengingat adanya kepemilikan institusional diharapkan bahwa perusahaan akan lebih dapat diawasi dari pihak luar dan bukan saja dari pihak manajerial sehingga laba dapat dilaporkan dengan baik.

Menurut Purba & Effendi (2019), mengklaim bahwa kecenderungan manajer terhadap perilaku mementingkan diri sendiri akan terjadi jika ada pengawasan pemegang saham mengurangi biaya agensi sehingga memungkinkan pemegang saham untuk mencapai tujuan dan meningkatkan nilai bisnis. Mengingat temuan penelitian tersebut sebelumnya dari Aliyah & Hermanto (2021), dan Dogan (2020), menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adanya dalam penelitian ini berpengaruh positif karena Kepemilikan institusional yang lebih tinggi berarti kepemilikan institusional yang lebih tinggi, besar pula kekuatan dan pengaruh institusi tersebut dalam mengawasi manajemen perusahaan. Hal ini disebabkan

adanya peningkatan motivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang dapat meningkatkan kinerja secara keseluruhan dan dapat menunjukkan bahwa dari institusional dapat mengontrol manajemen dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wildan (2022), menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya tidak berpengaruh sebab tingkat kepemilikan institusional yang tinggi tidak selalu berperan sebagai pemantau yang efektif terhadap perusahaan. Selain itu manajer mungkin tidak efisien dalam memanfaatkan aset perusahaan. Hal ini disebabkan oleh adanya ketidakseimbangan informasi terjadi antara investor dan manajer ketika investor tidak selalu dapat mengakses pengetahuan yang dimiliki manajer karena investor institusional mungkin merasa sulit untuk melakukan kontrol terhadap manajer.

Aspek terakhir ialah asimetri informasi. Menurut Putri & Diantini (2022), asimetri informasi terjadi ketika manajer lebih memahami prospek dan informasi internal perusahaan daripada investor atau pemangku kepentingan lainnya. Seorang manajer yang memiliki informasi yang lengkap dapat mempengaruhi persepsi investor dengan menunjukkan informasi seperti keuntungan pemegang saham yang tinggi. Salah satu adanya masalah lembaga adalah asimetri informasi yang mana akan

menghambat tidak tercapainya perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan (Putri & Diantini, 2022).

Dalam teori asimetri informasi, informasi yang dimiliki oleh seseorang sangat penting, begitu juga dengan keputusan yang mereka ambil berdasarkan informasi tersebut (Marcel *et al.*, 2010). Selain itu, karena laporan tentang kondisi perusahaan yang tidak selalu mencerminkan keadaan sebenarnya, hal ini disebabkan oleh kecenderungan manajer dalam melaporkan informasi dengan cara efisien untuk mencapai suatu target kinerja yang kuat agar asimetri dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Ermaya & Atuti, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dilakukan oleh Yasmin & Machdar (2024), yang menyatakan bahwa asimetri informasi memiliki dampak besar dan menguntungkan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini adanya berpengaruh positif karena asimetri informasi mempunyai informasi yang diketahui oleh manajemen dengan investor perusahaan yang juga dapat meningkatkan nilai perusahaan akan mempengaruhi keputusan para pemegang saham untuk menanamkan modal mereka di perusahaan. Sedangkan hasil berbeda informasi dari penelitian Ningrum *et al.* (2021) dan Putri & Diantini (2022), menunjukkan bahwa asimetri tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya tidak mempunyai dampak apa pun karena menunjukkan asimetri informasi disebabkan adanya perbedaan informasi yang diketahui oleh

manajemen dengan investor yang mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan

Berdasarkan fenomena dan ketidakkonsistenan yang terdapat dalam beberapa penelitian sebelumnya, menjadikan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan asimetri informasi sebagai variabel moderasi adalah bahan menarik untuk penelitian. Penelitian ini mengacu pada Jennifer *et al.* (2023), yang berjudul pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu: Pertama, menambahkan asimetri informasi sebagai variabel moderasi (Z), dengan alasan apakah variabel tersebut mempunyai potensi untuk meningkatkan korelasi antara variabel independen dan dependen serta dari penelitian terdahulu menyarankan untuk menambahkan variabel supaya hasil dalam penelitian ini hasilnya bisa lebih optimal. Adanya asimetri informasi dalam bisnis, maka itu bisa menjadi indikasi hal baik yang akan datang perkembangan dan prospek masa depan perusahaan kepada para pemangku kepentingan, sehingga calon investor diharapkan dapat tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang, sebagai ukuran nilai perusahaan, pada akhirnya dapat menyebabkan peningkatan harga saham. Kedua, peneliti Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan perusahaan perbankan

yang terdaftar di BEI, penelitian ini menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

Mengingat konteks dan cara penyajian penelitian sebelumnya, maka penulis bermaksud untuk melanjutkan suatu penelitian dengan pembaruan yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan Asimetri Informasi sebagai Variabel Moderasi”**.

## **B. Batasan Masalah**

Permasalahan pada penelitian ini agar dapat terarah dan ruang lingkungannya jelas, peneliti membatasi masalah tersebut. Batasan permasalahan pada penelitian ini yaitu:

1. Dibatasi dengan pembahasan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan asimetri informasi sebagai variabel moderasi.
2. Usaha pertambangan yang dijadikan sampel penelitian telah tercatat di Bursa Efek Indonesia.
3. Periode penelitian yaitu 2018-2022.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah asimetri informasi mampu memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah asimetri informasi mampu memoderasi kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah asimetri informasi mampu memoderasi kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka dalam penelitian ini mempunyai tujuan yaitu:

1. Melakukan penelitian empiris tentang bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memengaruhi nilai perusahaan.
2. Melakukan penelitian empiris tentang bagaimana kepemilikan manajerial memengaruhi nilai bisnis.

3. Mengevaluasi dampak kepemilikan institusional terhadap nilai bisnis secara eksperimental.
4. Melakukan uji empiris asimetri informasi dalam memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
5. Melakukan uji empiris asimetri informasi dalam memoderasi Kepemilikan nilai perusahaan oleh manajer.
6. Untuk mengevaluasi informasi asimetris secara empiris guna memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai bisnis..

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Mampu memberikan kontribusi menambah pengetahuan dan informasi khususnya terkait dengan pentingnya tentang nilai perusahaan dan variabel yang mempengaruhinya serta bisa menjadi referensi penelitian kedepannya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti

Mampu meningkatkan pengetahuan dan wawasan berhubungan dengan nilai perusahaan serta juga hasil penelitian ini sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1) pada

Prgram Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan perusahaan terkait akan pentingnya nilai perusahaan, dengan tujuan guna memaksimalkan citra baik suatu perusahaan di pasar dan lingkungan masyarakat.

c. Bagi Investor

Diharapkan dapat memberikan informasi kepada para investor yang akan menginvestasikan sahamnya pada perusahaan tersebut sebagai bahan pertimbangan untuk menanamkan modalnya.