

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai investor, salah satu risiko yang dihadapi adalah penurunan harga saham dari posisi saat pembelian. Kekurangan lainnya adalah adanya aktor yang biasa disebut bandar, yang memainkan indeks harga saham. Saat banyak investor yang membeli saham sejenis dengan saham yang dimiliki oleh pelaku, tindakan tersebut dapat mengakibatkan indeks penurunan harga saham, dan banyak investor yang melakukan *cut loss*. Saat indeks harga saham tersebut turun, para bandar akan membeli kembali saham tersebut. Investor memerlukan wawasan dan informasi profil dari perusahaan yang akan dibeli sahamnya agar terhindar dari saham yang digoreng oleh bandar (Susila, 2023).

Perusahaan diharuskan untuk menerbitkan informasi yang transparan dan akuntabel baik perusahaan yang berorientasi pada laba maupun perusahaan non laba. Perusahaan diwajibkan untuk menyediakan informasi yang tepat, akurat, jelas, dan mudah didapat untuk melindungi hak-hak para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Laporan keuangan merupakan sebuah dokumen yang diterbitkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pengguna, baik dari pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal. Laporan keuangan menunjukkan seberapa jauh perusahaan meningkatkan kinerja di periode sebelumnya dan merencanakan aktivitas yang dapat meningkatkan nilai perusahaan bagi para pemangku kepentingan (Kusumawati dkk., 2021).

Rasio *leverage* menunjukkan seberapa banyak hutang yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk membiayai asetnya. Pengelolaan *leverage* sangat penting,

karena semakin tinggi rasio, semakin banyak hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai asetnya. Adapun metode yang dapat digunakan untuk mengukur rasio *leverage* adalah *Debt to Asset Ratio* dan *Debt to Equity Ratio*. Perusahaan menggunakan hutang untuk diinvestasikan dalam aset maupun kegiatan operasinya, dengan tujuan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi daripada biaya pinjaman. Hal tersebut memperbesar potensi keuntungan, tetapi juga meningkatkan kerugian jika investasi tidak sesuai dengan hasil yang diharapkan (Singapurwoko & El-Wahid, 2011).

Penjualan merupakan indikator utama atas aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Terkait dengan pertumbuhan penjualan, perusahaan diharuskan merancang strategi yang efektif guna menarik pelanggan dan memenangkan persaingan pasar, sehingga konsumen terus memilih produknya. Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah produk atau jasa yang dijual oleh suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu. Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu bagian penting dalam perusahaan karena pertumbuhan penjualan memegang peranan penting dalam pengelolaan modal kerja (Kurniati & Yuliana, 2022a). Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu pertimbangan bagi para investor dalam mengambil keputusan investasi. Dengan memahami besarnya pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan, dapat diprediksi besarnya keuntungan yang akan didapatkan di masa depan. Kenaikan dalam penjualan menggambarkan sejauh mana minat terhadap produk perusahaan, juga seberapa kompetitif perusahaan tersebut dalam industri tertentu.

Dimensi bisnis adalah faktor lain yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Dalam suatu pelaporan keuangan, ukuran perusahaan merupakan aspek penting.

Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai sketsa besar atau kecilnya perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai total dari aset perusahaan yang ada pada neraca akhir tahun, ukuran perusahaan ini dihitung dengan transformasi logaritma natural dari total aset. Perusahaan yang memiliki aset yang baik, mengindikasikan bahwa perusahaan itu telah mencapai tahap kedewasaan dalam bisnisnya dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam periode yang relatif stabil untuk menghasilkan keuntungan, berbeda dengan perusahaan yang memiliki aset yang lebih kecil (Husna & Satria, 2019). Ukuran sebuah perusahaan akan memengaruhi kemampuan perusahaan guna mendapatkan modal eksternal untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan.

Minat investor terhadap laporan keberlanjutan telah berkembang, selain menilai dari laporan keuangan perusahaan. Perusahaan harus mengindahkan 3P (Profit, *People*, Planet), yang mana selain mengejar laba (profit), masyarakat (*people*) juga menjadi salah satu aspek yang juga harus diperhatikan oleh suatu perusahaan, serta turut terlibat dalam hal kesejahteraan masyarakat yang ada (Damayanti & Dewi, 2021).

Perusahaan harus memperhatikan faktor keberlanjutan dalam operasinya di era globalisasi dan peningkatan daya saing dalam industri manufaktur. Hal ini karena keberlanjutan sangat penting dalam mempertahankan eksistensi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang bertambah ketat. Perusahaan dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dengan menerbitkan *sustainability report*. *Sustainability report* dianggap sebagai alat untuk mengendalikan pencapaian kinerja perusahaan, juga sebagai media pertimbangan investor untuk menanamkan modalnya.

Sustainability reporting adalah laporan yang berisi informasi tentang kinerja suatu perusahaan dalam aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan. *Sustainability reporting* menjadi semakin penting bagi perusahaan karena semakin banyaknya permintaan dari para pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk mengetahui dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan *sustainability reporting* agar dapat memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan dan memperbaiki kinerja perusahaan dalam aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan *Sustainability Reporting* terhadap Nilai Perusahaan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan masalah pada latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah dalam hal ini sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah pengungkapan *sustainability report* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk menguji pengaruh *pertumbuhan penjualan* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memiliki manfaat yang dapat dipergunakan oleh berbagai pihak. Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih wawasan, informasi, dan gambaran realistik tentang permasalahan yang berkaitan dengan ilmu yang diteliti oleh para peneliti.

2. Bagi Investor dan Kreditur

Penelitian ini diharapkan membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi, serta pertimbangan kreditur untuk pembiayaan kepada bisnis.

3. Bagi Perusahaan

Dapat menyediakan informasi atas dasar pengambilan keputusan dalam rangka memaksimalkan kinerja perusahaan dan menarik minat investor.

4. Bagi Akademis

Diharapkan dapat menjadi literatur atau referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya, juga memberi kontribusi dalam pengembangan disiplin ilmu pengetahuan.