

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era modern saat ini, pertumbuhan industri di Indonesia berkembang menjadi semakin pesat. Semakin banyaknya perusahaan yang *go public* menjadikan tingkat persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan terus meningkatkan kualitas perusahaan supaya bisa terus tumbuh dan bertahan dalam periode waktu yang panjang. Setiap perusahaan pada dasarnya mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh laba sebesar-besarnya untuk memaksimalkan kemakmuran perusahaan dan para pemegang saham. Untuk mencapai tujuan jangka panjang, perusahaan harus bisa meningkatkan dan memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik akan menarik calon investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

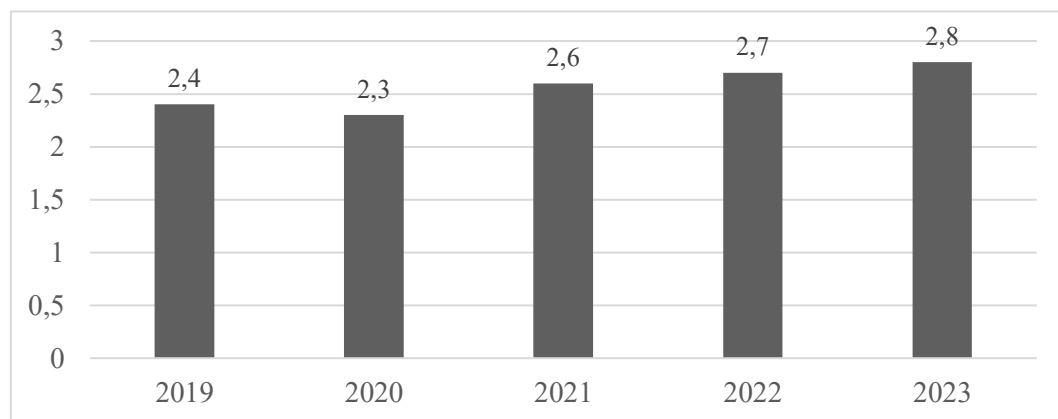
Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya pada akhir buku berjalan yang tercermin dalam harga saham perusahaan di pasar (Purba & Effeendi, 2019). Nilai perusahaan dapat dijadikan sebagai tolak ukur terhadap keberhasilan atau kegagalan perusahaan yang dapat diamati dari penyeimbangan berbagai kepentingan, mulai dari kepentingan ekonomi, sosial, dan juga masyarakat (Nafsi & Amanah, 2023). Nilai perusahaan yang baik dapat dilihat dari hasil perhitungan yang dilakukan, semakin tinggi hasilnya maka semakin dapat dipercaya prospek perusahaan tersebut sehingga minat investor untuk membeli saham juga semakin tinggi (Jenifer, Veny, & Santo, 2023). Harga saham menjadi salah satu alat ukur

yang digunakan para pemegang saham dalam menentukan nilai dari suatu perusahaan serta berpengaruh bagi keputusan berinvestasi dalam suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut dengan begitu mencerminkan perolehan laba dan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan para investor untuk berinvestasi.

Terdapat 12 sektor perusahaan yang diterbitkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI), salah satunya adalah sektor barang konsumen *non-primer*. Sektor ini dibagi menjadi 7 sub sektor yang diantaranya ialah sub sektor media dan hiburan (*Entertainment & Media*). Perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media merupakan perusahaan yang memproduksi maupun mempublikasikan produk yang bergerak di berbagai segmen seperti film/*cinema*, televisi, musik, penerbitan, radio, internet dan iklan. *Entertainment* dan Media ini tidak lepas dari aktivitas kehidupan manusia sebagai sumber menghilangkan penat dan memberikan kesenangan setelah menjalankan aktivitas sehari-hari. Sedangkan media digunakan untuk mendapatkan dan juga memberikan informasi yang dibutuhkan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat semakin memudahkan manusia untuk mengakses *Entertainment* dan Media hanya dengan menggunakan *smartphone*.

Fenomena menunjukkan bahwa persaingan pasar *Entertainment* dan Media saat ini menjadi semakin sulit dan kompetitif. Perkembangan teknologi baru dan juga perubahan kebutuhan pelanggan membuat potensi untuk pertumbuhan dan inovasi di industri *Entertainment* dan Media. Hasil riset *PricewaterhouseCoopers* (PwC) menunjukkan bahwa tren pendapatan industri *Entertainment* dan Media

secara global mengalami kenaikan. Pendapatan industri *Entertainment* dan Media secara global naik 5% menjadi US\$2,8 triliun pada tahun 2023 dan diproyeksikan akan terus meningkat. Angka tersebut relatif lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2019 sebesar US\$2,4 triliun. Hal ini menunjukkan terjadinya peningkatan dalam jangka waktu 5 tahun. Peningkatan tersebut dapat dilihat dalam grafik berikut ini:



Sumber : *PricewaterhouseCoopers (PwC)*

Gambar 1.1
Pendapatan Industri *Entertainment* & Media Secara Global

Pada awal tahun 2022 sebagaimana dilansir oleh *harapanrakyat.com* pada Februari 2022, menunjukkan adanya peningkatan kinerja volume emiten di sub sektor *Entertainment* dan Media. Salah satunya adalah saham PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) yang menguat dari Februari sebesar 52,559,200 menjadi 54,695,600 pada Maret 2022. Begitu pula PT. Intermedia Capital Tbk (MDIA) yang mengelola ANTV sahamnya meningkat dari 2,093,500 pada Februari menjadi 11,429,300 pada Maret 2022. PT Surya Citra Media Tbk (SCMA) yang mencakup usaha SCTV dan Indosiar juga sahamnya menguat dari 175,705,800 menjadi 227,983,100 pada Maret 2022. Selain itu, PT Net Visi Media Tbk (NETV) juga yang sahamnya meningkat dari 34,507,200 pada Februari menjadi 106,066,200 pada Maret 2022. Keempat perusahaan tersebut mengalami kenaikan volume

transaksi. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2021, daya beli masyarakat terus meningkat dan mobilitas sudah lebih bebas yang diakibatkan karena pengendalian pandemi.

Tetapi pada masa Covid-19, industri *Entertainment* dan Media termasuk seni pertunjukan terdampak paling parah. Industri film mencatat kehilangan pendapatan sekitar Rp 3 Triliun. Namun, terdapat peningkatan penggunaan layanan *video streaming* dalam negeri sebesar 15%. Selain itu, di masa Covid-19 sekitar 87,8% pekerja kreatif mengalami pembatalan pekerjaan. Sektor *Entertainment* dan Media global telah menunjukkan pemulihan yang signifikan dengan pertumbuhan pendapatan yang melebihi rata-rata ekonomi global. Menurut Subianto, *Chief Digital and Technology Officer* di PwC Indonesia, industri hiburan dan media di Indonesia diperkirakan akan tumbuh sebesar 8,7% secara tahunan hingga tahun 2025, didorong oleh peningkatan penetrasi internet dan konsumsi konten digital. Prospek pertumbuhan yang positif ini telah menarik minat investor untuk berinvestasi di sektor ini. Namun demikian, ketidakpastian ekonomi global dapat mempengaruhi kinerja perusahaan di sektor ini dalam jangka menengah dan panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan nilai perusahaan baik di mata investor maupun publik.

Fenomena pada Oktober 2019 terjadi penurunan harga saham beberapa perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media dikarenakan pemberitahuan pengunduran diri Erick Thohir selaku Direktur Utama perusahaan PT Intermedia Capital Tbk (MDIA) serta Komisaris Utama PT Mahaka Media Tbk (ABBA) dan PT Mahaka Radio Integra Tbk (MARI). Harga saham MDIA melemah sebesar

14,28% setelah sebelumnya bergerak konstan di level Rp 95 per lembar saham. Sementara itu harga saham ABBA dan MARI anjlok masing-masing 5,06% dan 4,42% pada harga penutupan. Saham emiten-emiten tersebut didera aksi jual seiring dengan pengunduran diri Erick Thohir, yang membuat pelaku pasar khawatir bahwa keputusan tersebut akan berdampak pada kinerja perusahaan ke depannya.

Fenomena lain terjadi pada Juni 2023 dimana PT Era Media Sejahtera Tbk (DOOH) menunjukkan adanya penurunan gerak saham secara signifikan sebesar 18,57% selama beberapa hari terakhir. Harga saham PT Era Media Sejahtera Tbk (DOOH) ditutup turun pada perdagangan Senin 5 Juni 2023 dengan melemah 13,64% di level 57. Dengan adanya fenomena tersebut membuat Bursa Efek Indonesia (BEI) memasukkan saham PT Era Media Sejahtera Tbk (DOOH) dalam radar pantauan akibat adanya penurunan harga saham yang di luar kebiasaan.

Penurunan harga saham juga terjadi pada PT Net Visi Media Tbk (NETV) dimana harga sahamnya anjlok 84,9% dari titik tertinggi Rp 830 per saham pada 15 Februari 2022 menjadi Rp 125 per saham pada penutupan hari Senin 28 Agustus 2023. Harga saham NETV anjlok jauh di bawah harga awal penawaran saham, bahkan menyentuh rekor terendah. Penyebab utama penurunan ini adalah kerugian besar yang dialami perusahaan akibat transisi siaran televisi dari analog ke digital. Perubahan ini membuat pendapatan NETV merosot tajam dan mengakibatkan kerugian yang terus menumpuk, sehingga modal perusahaan menjadi negatif. Kondisi keuangan yang buruk ini membuat investor enggan berinvestasi di NETV, memperparah situasi perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang telah disajikan, penurunan harga saham pada perusahaan-perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media merupakan suatu fenomena yang patut mendapat perhatian serius. Penurunan harga saham yang terjadi dapat membuat investor enggan untuk berinvestasi atau bahkan menarik investasinya. Untuk itu perusahaan perlu meningkatkan nilai perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan di hadapan para investor.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu kegiatan yang menjadi tanggung jawab sosial perusahaan untuk menunjukkan komitmennya dalam meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dalam aktivitas perusahaan kepada masyarakat sekitar maupun para pemangku kepentingan, yang dilakukan dengan perilaku etis, transparan dan suka rela dengan keberhasilan bisnis berkelanjutan sebagai tujuannya (Pratama & Serly, 2024). Semakin banyak perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility*, maka akan meningkatkan nilai perusahaan karena pasar akan memberikan penghargaan positif kepada perusahaan yang ditunjukkan dengan adanya peningkatan harga saham perusahaan (Santoso B. T., 2021).

Struktur kepemilikan saham perusahaan juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena adanya pengaruh dalam pengambilan keputusan para pemegang saham serta kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan ini digunakan untuk

menyelaraskan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer perusahaan dalam merasakan manfaat dan konsekuensi dari kebijakan yang diambil. Semakin besar kepemilikan saham manajemen pada perusahaan, maka akan dapat menyatukan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Purba & Effeendi, 2019). Struktur kepemilikan lainnya adalah kepemilikan institusional yaitu kepemilikan saham oleh investor institusional. Kepemilikan institusional yang besar dapat mengindikasikan kemampuannya untuk mengawasi manajemen. Semakin besar kepemilikan saham institusional pada perusahaan, maka semakin efisien dan semakin besar kekuatan institusi untuk mengawasi manajemen sehingga dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Aliyah & Hermanto, 2020).

Selain itu, kinerja perusahaan yang baik juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari nilai *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). *Return On Asset* merupakan hasil (*return*) atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2019). Semakin tinggi hasil pengembalian aset, maka semakin tinggi pula jumlah laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan *Return On Equity* atau hasil pengembalian ekuitas merupakan hasil mengukur laba bersih perusahaan sesudah pajak dengan modal sendiri (Kasmir, 2019). Semakin tinggi dan baik hasil perhitungan *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) maka semakin baik dan kuat pula posisi perusahaan, hal tersebut tentunya dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

Beberapa penelitian relevan yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu mengenai pengaruh dari pengungkapan *corporate social responsibility*, struktur kepemilikan dan juga kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2021) dan Suwisma et. al., (2023) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaliah & Rokhmawati (2020) dan Nafsi & Amanah (2023) hasilnya menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Purba & Efendi (2019) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Jeniver et. al., (2023) mendapatkan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri & Trisnaningsih (2021) dan Suwisna et. al., (2023) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Santoso (2021) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Aliyah & Hermanto (2020), Novelita & Nellyana (2021), dan Nafsi & Amanah (2023) menghasilkan kesimpulan bahwa

return on asset berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Arpan et. al., (2020) dan Santoso (2021) menghasilkan bahwa *return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaliah & Rokhmawati (2020) menghasilkan bahwa *return on equity* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2021) yang berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dan penelitian Putri & Trisnaningsih (2021) yang berjudul Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening, yang kemudian disesuaikan kembali dengan kebutuhan penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada dengan adanya penambahan variabel yaitu *return on asset*. Selain itu, perbedaan lainnya terletak pada objek pengamatan dan periode pengamatan. Pada penelitian Santoso (2021) menggunakan perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI periode 2011-2015 dan penelitian Putri & Trisnaningsih (2021) menggunakan perusahaan manufaktur sektor dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2017-2019, sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, terdapat inkonsistensi dari hasil penelitian terdahulu, sehingga penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **Pengaruh *Corporate Social***

Responsibility, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan (Survei pada Perusahaan Sub Sektor Entertainment dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Return On Asset*, *Return On Equity* dan Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Return On Asset* dan *Return On Equity* secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Return On Asset* dan *Return On Equity* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui nilai *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Return On Asset*, *Return On Equity* dan Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Return On Asset* dan *Return On Equity* secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Return On Asset* dan *Return On Equity* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat berguna bagi setiap pihak yang membutuhkan, diantaranya adalah:

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan baik bagi penulis maupun pembaca mengenai masalah yang sedang diteliti.

Diharapkan juga penelitian ini dapat dijadikan referensi serta dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya yang serupa yaitu mengenai Nilai Perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dan tambahan informasi baik bagi perusahaan maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan. Diharapkan pula penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk para investor ketika akan berinvestasi di perusahaan sub sektor *Entertainment* dan Media.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan dengan mengambil data dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), *website* resmi perusahaan di sub sektor *Entertainment* dan Media dan *website* lain yang relevan.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 8 bulan mulai dari bulan September 2024 sampai dengan bulan Mei 2025. Matriks waktu penelitian skripsi terlampir.