

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini Indonesia menjadi salah satu negeri yang perekonomiannya sedang berkembang pesat, baik dari skala mikro maupun makro. Hal ini terbukti dengan adanya pembangunan di sektor ekonomi yang berkesinambungan sehingga menyebabkan terjadinya kemajuan dalam dunia ekonomi dan bisnis. Kemudian ekonomi di Indonesia yang terus membaik sehingga melahirkan peluang bagi pengusaha untuk mengelola sebuah bisnis dan industri.

Peran perkembangan perekonomian dalam sektor industri sangat penting terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan. Tujuan utama perusahaan didirikan adalah pemerolehan laba (*Profit Oriented*) sebanyak mungkin sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata *stakeholder*. Dengan nilai perusahaan yang tinggi, dapat menarik minat investor dan calon investor untuk menanamkan modalnya ke dalam sebuah perusahaan. Laba tersebut akan dikembalikan kepada *shareholder* dan *stakeholder*. Baik dalam bentuk dividen maupun bentuk pengembalian lainnya. Namun, untuk menjaga keberlangsungan (*going concern*) serta meningkatkan nilai perusahaan, banyak faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Ditengah persaingan antar kompetitor usaha yang ketat, perusahaan berlomba-lomba menarik perhatian investor dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Nurlala dan Islahuddin (2008) menunjukkan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham

secara maksimum apabila harga saham meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan nilai pasar yang tercermin dalam harga saham.

Dengan menerapkan strategi yang tepat, perusahaan dapat bertahan dalam gempuran para pesaing. Banyak faktor yang mempengaruhi nilai sebuah perusahaan mulai dari faktor internal maupun faktor eksternal. Masing-masing mempunyai pengaruh terhadap kemajuan perusahaan.

Faktor internal dari perusahaan berupa tata kelola dan kondisi keuangan. Tata kelola yang baik, atau yang sering disebut *good corporate governance* menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Good corporate governance* (GCG) adalah suatu aturan yang mengarahkan semua elemen perusahaan untuk berjalan bersama-sama guna mencapai tujuan perusahaan menurut Hafidzah (2013) (dalam Eliada dan Riana, 2015). *Good corporate governance* (GCG) diharapkan mampu mengusahakan keseimbangan antara berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan secara menyeluruh, selain itu implementasi dari GCG diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012).

Penerapan *Good corporate governance* (GCG) merupakan salah satu upaya perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan kreditur dan investor. Sebab hal tersebut merupakan salah satu alasan yang menjadi dasar kreditur dan investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi dalam suatu perusahaan. Dengan adanya sistem tersebut para investor yakin akan mendapatkan keuntungan atas investasinya. Penerapan *Good corporate governance* dapat mengurangi konflik keagenan yang mungkin terjadi di perusahaan, dan apabila dibiarkan berkelanjutan akan berisiko pada kinerja perusahaan yang menurun.

Sehingga, investor cenderung termotivasi untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang mempunyai tata kelola yang baik.

Faktor internal lainnya yang juga menjadi kunci peningkatan nilai perusahaan yaitu berupa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitabilitas*). Semakin banyak keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan maka semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. Profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan tingkat kemakmuran sebuah perusahaan. Menurut Sartono (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterimadalam bentuk deviden.

Secara tidak langsung faktor internal juga mempengaruhi faktor eksternal dari perusahaan. Keduanya mempunyai peran yang cukup penting dalam usaha mewujudkan visi dan misi sebuah perusahaan. Faktor internal dan eksternal juga mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam merancang strategi-strategi vital bagi para pengambil keputusan. Kemudian faktor eksternal lainnya yang juga menjadi kunci peningkatan nilai perusahaan yaitu berupa pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR). Menurut Suharto (2007), menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) merupakan operasi bisnis yang tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara financial, tetapi juga untuk pengembangan sosio-ekonomi daerah, secara holistik dan berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan *corporate social responsibility*

(CSR) merupakan bagian dari kebijakan perusahaan yang secara profesional dan instittual diimplementasikan. Perusahaan tidak semata-mata hanya mencari keuntungan tetapi juga memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar yang terdampak.

Dewasa ini tanggungjawab perusahaan dalam aspek sosial, lingkungan dan keuangan sangat mempengaruhi citra baik ataupun buruknya suatu nilai perusahaan. Bertambah banyaknya manfaat yang diberikan oleh perusahaan untuk lingkungan masyarakat bahwa bertambah bagus pula citra perusahaan, karena dianggap oleh masyarakat memberikan kontribusi positive untuk lingkungan masyarakat. Jika citra perusahaan semakin baik akan meningkat kepercayaan para pemodal dan masyarakat luas menurut Andayani (2012).

Diharapkan dengan pelaksanaan *good corporate governance* (GCG) dan *corporate social responsibility* (CSR) akan meningkatkan kepercayaan pemodal dan loyalitas konsumen atau publik. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dan publik diharapkan akan meningkatkan profitabilitas penjualan yang akan didapatkan perusahaan.

Menurut Katiya Nahda, D Agus Harjito (2011) dalam penelitian *Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel moderasi* mengatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berartise makin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melakukan

aktivitas *corporate social responsibility* dan pengungkapannya. Namun hal berbeda diungkapkan peneliti lain, menurut Ayu Nikita Vira, Made Gede W (2019) menyatakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan di perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 artinya semakin semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan pada pelaporan tahunan dapat menurunkan nilai perusahaan tersebut.

Menurut Retno Kusuma Dewi, Bambang Widagdo (2012) dalam *Pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap kinerja perusahaan* mengatakan *good corporate governance* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya hasil penelitian yang dilakukan oleh Cinditya Mariana S, Lilis Ardiani (2016) nilai perusahaan karena tingkat signifikansi *good corporate governance*.

Obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan yang mendorong peneliti tertarik pada obyek tersebut karena perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat luas dalam sehari-hari. Kebutuhan masyarakat akan produk barang konsumsi akan selalu ada, karena merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Kondisi pandemi juga menyebabkan sebagian aktivitas perusahaan terhambat karena adanya pembatasan sosial. Kondisi yang tidak menentu juga menyebabkan sebagian investor asing melepas saham yang

sudah ditanamkan di Indonesia. Hal ini karena kekhawatiran investor terhadap kondisi ekonomi Indonesia yang menurun.

Tabel 1.1 Penurunan Index Harga Saham Gabungan (IHSG) Per Sektor Industri

No.	Index	High	Low	Close	Change					
					1 Month	3 Month	6 Month			
1	Composite Index (IHSG)	4,763.612 May 20	4,607.607 May 15	4,763.612 May 20	37.200 0.79%	▲ 19	(609.002) (12.62%)	▼ 12	(1,268.218) (20.93%)	▼ 10
2	Agriculture	983.292 May 11	948.195 May 04	964.931 May 20	7.057 0.74%	▲ 20	(191.812) (18.68%)	▼ 23	(400.274) (29.32%)	▼ 31
3	Mining	1,255.253 May 08	1,199.673 May 04	1,238.201 May 20	29.288 2.42%	▲ 5	(100.867) (7.53%)	▼ 5	(159.741) (11.43%)	▼ 2
4	Basic Industry & Chemicals	745.733 May 20	666.611 May 18	745.733 May 20	(15.929) (2.09%)	▼ 30	(13.028) (1.72%)	▼ 3	(183.566) (19.76%)	▼ 6
5	Miscellaneous Industry	858.390 May 20	697.908 May 14	858.396 May 20	124.801 17.02%	▲ 1	(130.902) (13.24%)	▼ 14	(303.830) (26.14%)	▼ 28
6	Consumer Goods Industry	1,889.131 May 15	1,770.575 May 04	1,806.725 May 20	(14.663) (0.81%)	▼ 26	63.788 3.66%	▲ 1	(199.863) (9.96%)	▼ 1
7	Property, RE & Bld. Construction	327.509 May 28	290.157 May 04	322.957 May 29	29.908 10.21%	▲ 2	(104.178) (24.39%)	▼ 31	(161.398) (33.32%)	▼ 33
8	Infra., Utilities & Transportation	879.905 May 26	838.302 May 14	864.084 May 20	(51.590) (5.63%)	▼ 33	(92.600) (9.69%)	▼ 10	(239.060) (21.67%)	▼ 13
9	Finance	962.515 May 20	850.802 May 18	962.515 May 20	14.735 1.55%	▲ 15	(288.820) (22.96%)	▼ 30	(311.160) (24.43%)	▼ 24
10	Trade, Services & Investment	606.033 May 29	583.225 May 13	606.033 May 29	(0.310) (0.05%)	▼ 23	(64.655) (9.63%)	▼ 9	(152.855) (20.13%)	▼ 7
11	Manufacturing	1,186.696 May 20	1,131.187 May 08	1,186.696 May 20	10.602 0.90%	▲ 18	(8.431) (0.71%)	▼ 2	(221.414) (15.72%)	▼ 3

Sumber : IDX, 2020 (dalam, Henny S, 2020)

Walaupun demikian, ada beberapa sektor usaha yang justru mengalami peningkatan harga saham antara lain usaha yang bergerak dibidang *teleconference*, misalnya Zoom. Kemudian sektor industri yang mengalami penurunan paling tinggi yaitu sektor industri properti dengan nilai penurunan indeks sebesar 33,32% dan sebaliknya sektor industri yang mengalami penurunan terkecil yaitu sektor industri barang konsumsi (*consumer goods*) dengan penurunan indeks sebesar 9,96%. Oleh sebab itu peneliti tertarik faktor-faktor apa yang menyebabkan kestabilan tersebut.

Peneliti memasukkan variabel penerapan *good corporate governance*, *profitabilitas* dan pelaksanaan *corporate social responsibility* untuk menguji hal-hal yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Dimana masih terdapat perbedaan hasil dan pendapat tentang dampak penerapan *good corporate governance* (GCG) dan *corporate social responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti kembali “Nilai



**Perusahaan ditinjau dari pelaksanaan *Good Corporate Governance*, *Profitabilitas* dan *Corporate Social Responsibility*”.**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa ada beberapa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya *Good Corporate Governance*, *Profitabilitas* dan *Corporate social responsibility*, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
2. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
4. Apakah *Good Corporate Governance*, *Profitabilitas* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara serempak terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?

## **1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
2. Mengetahui pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
3. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
4. Mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance*, *Profitabilitas* dan *Corporate Social Responsibility* secara serempak terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.

## **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

### **a. Manfaat Bagi Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi atau manajemen terkait sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan atau keputusan dimasa yang akan datang dan untuk menjaga kestabilan dan akuntabilitas sebuah perusahaan.

### **b. Manfaat Bagi Investor**



Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk para investor sebagai bahan pertimbangan untuk menanamkan modalnya agar mendapatkan profitabilitas.

c. Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran perusahaan dalam pelaksanaan CSR yang akan berdampak langsung terhadap lingkungan dan masyarakat.

d. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan nilai tambah berupa pengetahuan dan wawasan dibidang ilmu akuntansi keuangan yang berhubungan topik nilai perusahaan ditinjau dari pelaksanaan *good corporate governance*, *profitabilitas* dan *corporate social responsibility*.

