

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah perusahaan selain ingin mendapatkan laba yang tinggi juga ingin meningkatkan kesejahteraan pemegang saham yang dapat dilihat dari nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan operasionalnya, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya dan sering dihubungkan dengan harga saham. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang di transaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah go public (Retno & Priantinah, 2012).

Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Menurut (Brigham & Houston, 2006) nilai perusahaan merupakan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham juga tinggi dan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan.

Bagi seorang manajer, peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan sehingga membuat harga saham perusahaan mengalami peningkatan. Nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham (Syafrinaldi, 2015). Memperhatikan kesejahteraan pemegang saham dengan baik juga dapat membuat calon investor yakin untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih rasio Tobin's Q dalam mengukur nilai perusahaan. Alasan peneliti menggunakan rasio Tobin's Q yaitu Tobin's Q sebagai indikator, pengukuran nilai perusahaan telah banyak digunakan dalam penelitian keuangan. Melalui rasio Tobin's Q pengukuran nilai perusahaan dilakukan dengan menggabungkan antara nilai buku dan nilai pasar ekuitas. Menurut (Hadqia et al., 2021) mengatakan bahwa pengukuran ini lebih unggul karena meringkas informasi yang akan datang yang relevan dengan keputusan investasi perusahaan dan memberikan gambaran tentang sejauh mana pasar menilai perusahaan dari berbagai aspek yang dilihat oleh pihak luar termasuk investor. Menurut (Cahyaningtyas & Hadiprajitno, 2015) semakin besar angka atau nilai rasio Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan itu memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan positif. Seperti pada perusahaan industri manufaktur, perkembangan rata-rata nilai perusahaan industri manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2021 dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1.1

**Perkembangan Rata-rata Nilai Perusahaan pada Industri Manufaktur di Bursa
Efek Indonesia Periode 2018-2021**

No		Tahun				Rata - rata
		2018	2019	2020	2021	
1	Jumlah	44,779	41,001	42,540	489,952	154,568
2	Rata-rata	1,544	1,413	1,466	16,894	5,329
3	Perkembangan	-	(0,084)	0,037	10,517	3,490

Sumber: www.idx.co.id, (Data diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 menyatakan perkembangan rata-rata nilai perusahaan industri manufaktur yang diprosikan dengan Tobin's Q. Jika dilihat dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur mengalami fluktuasi, yang setiap tahunnya memiliki perbedaan angka dan jumlah. Dimana pada tahun 2018-2019 nilai perusahaan mengalami penurunan hingga 0,084%. Sedangkan tahun 2019-2020 mengalami peningkatan hingga 0,037%. Kemudian pada tahun 2020-2021 mengalami peningkatan lagi hingga 10,517%. Oleh karena itu, perusahaan yang terkait harus dapat mempertahankan nilai perusahaan karena semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan akan prospek perusahaan di masa mendatang.

Dalam memaksimalkan nilai perusahaan, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). *Good Corporate Governance* yaitu sebuah sistem untuk mengatur hubungan antara *stakeholder* dan para pemangku kepentingan, sehingga visi, misi, serta etika kerja dalam sebuah perusahaan dapat tercapai (Sandra, 2017). Dengan banyaknya kegiatan pengelolaan perusahaan maka dapat meningkatkan keperluan penerapan tata kelola usaha yang baik (*Good Corporate Governance*) untuk meyakinkan bahwa

manajemen berjalan dengan baik. Penerapan *Good Corporate Governance* diharapkan dapat berguna untuk menambah dan meningkatkan nilai perusahaan, serta dapat membangun keseimbangan antara berbagai macam keperluan yang mampu secara menyeluruh memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governanve*) oleh perusahaan di indoneisa. Pasalnya, penerapan GCG di indonesia saat ini relatif tertinggal dibandingkan dengan negara-negara di kawasan ASEAN. Ketertinggalan Indonesia dalam penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* bukan berarti Indoneisa tidak melaksanakannya dengan baik. Namun karena Indonesia dan negara-negara belum dapat mengejar atau leading di antara negara-negara tersebut. Penerapan *corporate governance* yang baik adalah aspek utama untuk membangun fondasi perusahaan yang kokoh karena nilai perusahaan tidak akan berkelanjutan bila tidak dilandasi oleh praktik-praktik tata kelola yang baik.

Pembahasan mengenai *good corporate governance* berawal dari pemisahan antara *principal* (pemilik) dengan *agent* (pengelola) dalam perusahaan. Pemisahan ini dilatar belakangi oleh *agency teory* yang dalam hal ini manajemen lebih mengarah pada peningkatan keuntungan pribadinya daripada tujuan perusahaan serta mengabaikan kepentingan pemegang saham. Untuk menyelesaikan masalah keagenan (*the agency problem*) diantara pemilik, pengelola dan juga *stakeholders* yang lain secara efektif dibutuhkan suatu pengendalian *good corporate governance* yang efektif.

Konflik antara manajer dan pemegang saham atau sering disebut dengan masalah keagenan dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga timbul biaya keagenan (*agency cost*). Ada beberapa alternatif untuk mengurangi *agency cost*, diantaranya dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen dan kepemilikan saham

oleh institusional (Haruman, 2008). Pihak manajerial adalah manajer atau direksi, sedangkan pihak konstitusional adalah pemegang saham, yang pada umumnya adalah institusional.

Selain kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, di dalam *good corporate governance* juga terdapat frekuensi rapat dewan komisaris. Dewan komisaris merupakan organ perusahaan yang bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance*. Jika berfungsi dengan baik, dewan komisaris dapat meningkatkan kontrol dan pengawasan terhadap perusahaan sehingga konflik keagenan dapat diminimalisasi. Fungsi pengawasan manajemen yang efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan

Hasil dari beberapa penelitian mengenai variabel *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan memperoleh hasil yang tidak sama atau bisa dikatakan tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh (Hapsari, 2018) menghasilkan kesimpulan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Aditya, 2019) bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sholekah & Venusita, 2014) mengatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Astrini et al., 2017) menyatakan bahwa frekuensi rapat dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian (Isshaq et al., 2009) menunjukkan bahwa frekuensi rapat dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selain *good corporate governance* terdapat faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *corporate social responsibility*. Akhir-akhir ini sering terjadi kecelakaan dan musibah yang disebabkan oleh kalangan industri, sehingga menimbulkan stigma industrial di kalangan masyarakat (Sundari, 2011). Hal-hal seperti itulah yang menjadi salah satu alasan perlunya kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* demi terciptanya sebuah keseimbangan dunia usaha antara pelaku dan masyarakat sekitar, yang menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab. Perubahan lingkungan yang sangat dinamis, baik yang dipicu oleh kekuatan eksternal maupun internal telah memaksa para pelaku bisnis untuk tidak saja harus selalu meningkatkan laba dan kinerja, tetapi juga mesti peduli terhadap problem sosial. Berkembangnya sebuah perusahaan bisa berdampak positif dan juga berdampak negatif. Dampak positif dapat memberikan manfaat pada perekonomian dimana perusahaan tersebut berada. Namun, dampak negatif dari berkembangnya perusahaan yang bisa menyebabkan kerusakan alam karena diakibatkan oleh kegiatan perusahaan tersebut. Dalam kondisi seperti itulah *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebuah hal yang bisa diterapkan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Sebuah kegiatan bisnis akan mudah diterima dikalangan masyarakat apabila perusahaan tersebut bersikap memahami terhadap apa yang diinginkan oleh masyarakat. Sama halnya dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Amanti, 2012), dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai investasi jangka panjang perusahaan

yang dapat menyebabkan tingginya loyalitas konsumen yang berdampak pada peningkatan penjualan sehingga dapat memberikan nilai tambah pada perusahaan. *Corporate Social Responsibility* juga dianggap sebagai etika bisnis karena perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap *shareholders* (pemegang saham) namun juga bertanggung jawab terhadap *stakeholders* (pihak-pihak yang berkepentingan).

Corporate Social Responsibility telah menjadi pendekatan yang tepat bagi entitas bisnis untuk mengakar dan tumbuh kembang bersama masyarakat. *Corporate Social Responsibility* menjadi sarana pengikat antara perusahaan dengan konsumen atau pelanggan, sebagai upaya menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan sekaligus menjadi alat untuk menyelaraskan dinamika bisnis dengan kelestarian lingkungan. Dengan kata lain, keputusan perusahaan tak hanya semata didasarkan atas motif keuntungan, namun juga harus mempertimbangkan dampak kepada masyarakat di sekitar perusahaan.

Di Indonesia, perusahaan-perusahaan mulai melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sekitar tahun 1990-an yang ditandai dengan timbulnya definisi *Corporate Social Responsibility* oleh WBSD (*World Business Council for Sustainable Development*) pada tahun 1995, yaitu adalah suatu lembaga forum bisnis yang di pelopori oleh Badan Perserikatan Bangsa Bangsa untuk kalangan bisnis supaya bisa berkontribusi dalam pembangunan. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia ditandai dengan sudah adanya perusahaan yang mengimplementasikannya. Setidaknya bisa dilihat dari beragam upaya Pemerintah Provinsi, Kabupaten dan Kota untuk menerbitkan peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di wilayah Provinsi, Kabupaten, dan Kota yang bersangkutan. Seperti munculnya UU No. 40 tahun 2007 yang berisi tentang mewajibkan perseroan terbatas melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Dengan

diterbitkannya undang-undang itu maka perusahaan wajib menjalankan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat, terutama perusahaan perseroan terbatas. Adanya undang-undang tersebut adalah sebagai tanda bahwa terdapat sebuah perhatian dari pemerintah dalam menunjukkan pentingnya *Corporate Social Responsibility*.

Kesadaran masyarakat sebagai konsumen semakin meningkat sehingga masyarakat memiliki kapasitas untuk mendukung ataupun mempermasalahkan keberadaan sebuah perusahaan. Tidak adanya kepedulian dari perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan mengakibatkan masyarakat dan konsumen menjauh ataupun tidak mendukung perusahaan tersebut. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* tanpa pedoman yang jelas disebabkan karena memang tidak adanya standar yang jelas pula. Menurut (Nurlela & Islahuddin, 2008) ada beberapa perusahaan yang telah menjalankan *Corporate Social Responsibility* tapi sangat sedikit yang mengungkapkannya ke dalam sebuah laporan. Alasan mengapa hal itu terjadi mungkin karena belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil baik penyusunan laporan maupun auditor. Perlunya melakukan Laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) pada perusahaan yang menerapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* adalah agar mendapatkan perhatian dari para *stakeholder* sehingga mendorong *National Center For Sustainability Reporting* (NCSR) mengadakan penilaian atas laporan tersebut. Dengan adanya pengaturan *Corporate Social Responsibility* juga untuk menciptakan hubungan perusahaan yang serasi, setara serta sesuai dengan lingkungannya, norma, nilai, lalu budaya masyarakat, agar dapat mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup serta lingkungannya.

Namun *Corporate Social Responsibility* yang diterapkan oleh sebuah perusahaan tentunya akan memerlukan biaya operasional seperti biaya pengolahan limbah,

perlindungan kesehatan, serta keselamatan kerja karyawan dan lingkungan yang dapat menyebabkan keuntungan yang didapatkan akan berkurang karena terdapat biaya ekstra pada operasional perusahaan tersebut. Akan tetapi apabila citra perusahaan tersebut baik di masyarakat, tentunya dapat membangun reputasi perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat pula menjadi pertimbangan bagi investor ataupun calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Beberapa peneliti juga telah melakukan penelitian terkait variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil yang didapatkan dari beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang juga tidak sama. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Triyono & Setyadi, 2015) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan laporan CSR secara bersamaan mempengaruhi secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan mengadakan praktik pertanggungjawaban sosial perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan baik dimata masyarakat maupun pemegang saham. Ada juga penelitian yang di lakukan oleh (Teddy Setiawan Limantara et al., 2021) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Hapsari, 2018) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Melihat beberapa penelitian yang telah dilakukan diatas namun memperlihatkan hasil yang berbeda, membuat peneliti ingin melakukan kajian lebih lanjut terkait tentang faktor-faktor yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan dua variabel yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan yaitu : *Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini akan menguji dua variabel tersebut terkait bagaimana pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, apakah berpengaruh positif,

berpengaruh negatif, atau bahkan tidak berpengaruh sama sekali terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, yang membedakan dengan penelitian terdahulu terdapat pada objek dan tahun penelitian. Peneliti mengambil perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021 sebagai objek penelitian. Alasannya, karena industri manufaktur memiliki jumlah perusahaan terbanyak di Bursa Efek Indonesia, semakin banyak data perusahaan maka semakin bagus untuk di analisis atau diolah. Selain itu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI terdiri dari berbagai sub sektor sehingga mencerminkan kondisi pasar yang sebenarnya secara keseluruhan. Alasan lainnya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) bahwa saham-saham perusahaan manufaktur paling tahan terhadap krisis ekonomi dibanding sector lain karena dalam kondisi krisis atau tidak sebagian besar manufaktur tetap dibutuhkan. Sehingga industri ini harus tetap dikembangkan agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Indonesia. Menurut (Fahrizqi, 2010) sektor manufaktur memiliki cakupan *stakeholder* paling luas yang meliputi investor, kreditor, pemerintah dan lingkungan sosial sehingga perlu melakukan pengungkapan informasi sosial. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2021), industri manufaktur memberikan kontribusi terbesar atas kenaikan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 7,07% pada triwulan II tahun 2021. Industri manufaktur dinilai lebih produktif dan bisa memberikan efek berantai secara luas sehingga mampu meningkatkan nilai tambah bahan baku, memperbanyak tenaga kerja, menghasilkan sumber devisa terbesar, serta penyumbang pajak dan bea cukai terbesar. Pada triwulan II 2021 sektor manufaktur juga memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 17,34%. Berbagai sektor manufaktur Indonesia juga dikembangkan di negara ASEAN lainnya,

seperti Filipina dan Vietnam. Hal ini tentunya akan mendorong pertumbuhan ekonomi secara nasional dan meningkatkan daya saing secara domestik, regional, dan global.

Terdapat tiga sektor industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor industri barang konsumsi, dan sektor aneka industri. Pada umumnya industri manufakatur merupakan industri terbesar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sebuah perusahaan yang besar pastinya menjanjikan laba yang lebih tinggi juga, oleh karenanya banyak calon investor yang tertarik kepada perusahaan manufaktur.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indoneisa periode 2018-2021)**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
2. Apakah terdapat pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
3. Apakah terdapat pengaruh Frekuensi Rapat Dewan Komisaris terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
4. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh Frekuensi Rapat Dewan Komisaris terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara Teoritis

1. Bagi Penulis

Untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi program sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Jambi, serta untuk memperluas wawasan dan menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur secara positif maupun negatif

2. Bagi Pihak Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk menerapkan teori terutama teori manajemen keuangan dan penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi untuk dikembangkan, diteruskan, dan diteliti lebih lanjut oleh para peneliti selanjutnya khususnya mengenai variabel-variabel terkait topik penelitian.

Secara Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan keputusan terkait *Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2. Bagi Investor

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi acuan atau tolak ukur dalam mengambil keputusan dalam menanamkan modalnya.