

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya dunia teknologi tidak dapat dipungkiri lagi saat ini berkembang secara pesat dan telah memasuki setiap segi kehidupan manusia. Khususnya di dunia teknologi, informasi yang dijadikan teknologi terpercaya untuk mengelola informasi di setiap aktifitas manusia di berbagai bidang. Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan, salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kinerja perusahaan. Jika perusahaan memiliki kinerja yang baik, maka perusahaan akan dikatakan mempunyai nilai tambah dalam pencapaian tujuannya. Tujuan utama perusahaan tentunya tidak lain dan tidak bukan adalah untuk mendapatkan laba dan tentunya perusahaan menginginkan laba yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Untuk itu perusahaan perlu menjamin keberlanjutan tujuan tersebut.

Digitalisasi pada era saat ini mendapatkan perhatian baik dari beberapa kalangan seperti kalangan profesional dan akademis termasuk investor (Salvi et al., 2020). Investor selalu mempertimbangkan informasi digitalisasi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan (Agostino et al., 2021). Perusahaan perlu melakukan perbaikan kinerja keuangan maupun kinerja non keuangan dalam rangka pemberian sinyal positif pada investor untuk menaikkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor tentang seberapa besar keberhasilan suatu organisasi dalam memberikan kekayaan bagi para pemegang saham secara maksimal dengan meningkatkan harga saham organisasi. Ada sejumlah faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu dari faktor keuangan seperti profitabilitas, *leverage*, likuiditas, kebijakan deviden, struktur modal, *slack resource*, ukuran perusahaan, perencanaan bonus, dan *growth*. Selain itu faktor non keuangan perusahaan seperti tanggung jawab sosial perusahaan dan tata kelola perusahaan.

Nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan nilai ekuitas dan nilai buku perusahaan, baik berupa ekuitas pasar, nilai buku dari total hutang maupun nilai buku dari total ekuitas. Harmono (2014) Menjelaskan nilai perusahaan dapat

diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan dipasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dikatakan secara riil karena terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para penjual (emiten) dan para investor, atau yang disebut ekuilibrium pasar. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan, sebaliknya semakin rendah nilai perusahaan harga saham juga semakin rendah.

Penelitian yang meneliti tentang nilai perusahaan telah banyak dilakukan sebelumnya dan mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Surya Abbas et al (2020) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2018 yang terdiri dari ukuran perusahaan, *intellectual capital*, profitabilitas, dan likuiditas. Hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara *intellectual capital* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, likuiditas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Putra & Sunarto (2021) memberikan hasil bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian Widyaningsih et al (2022) diperoleh hasil yang menunjukkan secara simultan profitabilitas, *leverage* dan *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, memberikan hasil yang bervariasi sehingga menimbulkan adanya *research gap* antara penelitian satu dengan penelitian lainnya.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan itu sendiri. profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Dalam *Signaling Theory* dikemukakan Sofia, E. N., & Akhmadi (2018) bahwa profitabilitas yang tinggi mengarah pada keuntungan yang baik dan reaksi

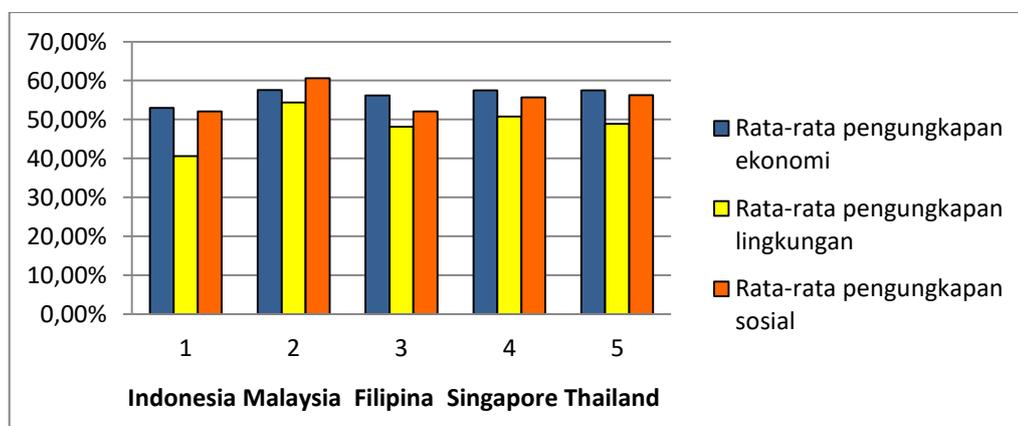
investor karena dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas menimbulkan kondisi perusahaan yang berada pada tingkat yang meningkat sehingga pertumbuhan perusahaan akan terbantu dan dapat menarik investor dalam melakukan investasi karena profitabilitas akan memberikan sinyal bagi investor melalui permintaan saham. Menurut Agustina (2013) para investor menanamkan saham pada perusahaan untuk mendapatkan *return* yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. *Return on Asset* (ROA) adalah rasio yang mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan neto. Nilai ROA yang tinggi diartikan sebagai sinyal positif bagi investor untuk memprediksikan bahwa perusahaan di masa depan dalam kondisi yang menguntungkan.

Selain profitabilitas nilai perusahaan juga di pengaruhi oleh *leverage*. *Leverage* dapat diartikan sebagai penilaian terhadap risiko yang melekat pada perusahaan. Ini berarti semakin tinggi *leverage*, semakin tinggi risiko investasi. *Leverage* harus dikelola karena menggunakan tingkat hutang yang tinggi meningkatkan nilai perusahaan. Dalam menentukan *leverage*, perusahaan harus mempertimbangkan dengan lebih baik terlebih dahulu karena dapat menimbulkan beban dan juga resiko bagi perusahaan apabila perusahaan tersebut dalam kondisi yang buruk karena penggunaan hutang ini akan berdampak terhadap nilai perusahaan. Menurut Mardiyati et al (2012) peningkatan pada *leverage* dapat memberikan dua macam sinyal, yaitu berita baik (*goodnews*) dan berita buruk (*badnews*) artinya *leverage* menunjukkan berita baik jika peningkatan tersebut merefleksikan kemampuan manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya peningkatan *leverage* menunjukkan berita buruk (*badnews*) apabila manajer melakukan karena terpaksa dan bukan karena alasan efisiensi.

Menurut Nursasi (2020) pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) suatu perusahaan saat ini sudah tidak relevan lagi. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai tanggung jawab perusahaan yang berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan dipantau dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sehingga setiap

perusahaan memiliki kewajiban untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaannya atau biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut definisi umum *World Business Council in Sustainable Development*, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah kewajiban perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 51/POJK.03/2017 mengatakan Tanggung jawab sosial lingkungan merupakan komitmen untuk mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan, yang bermanfaat bagi perusahaan, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. studi Lawrence & Thomas (2018) yang berjudul “*Sustainability Reporting in ASEAN Countries*” menunjukkan rata-rata tingkat pengungkapan CSR (topik ekonomi, sosial, dan lingkungan) pada 100 perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) berdasarkan kapitalisasi pasar dan laporan keberlanjutan menggunakan bahasa Inggris pada tahun 2017 hingga Mei 2018. Studi tersebut menunjukkan tingkat pengungkapan perusahaan publik di Indonesia paling rendah dibandingkan dengan empat negara ASEAN lainnya Filipina, Malaysia, Singapura, dan Thailand. Standar yang digunakan untuk mengukur tingkat pengungkapan ini adalah *Global Reporting Initiative (GRI) Standards* disajikan pada grafik 1.1

Gambar 1. 1
Grafik Tingkat Pengungkapan Topik Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial



Sumber: *Sustainability Reporting in ASEAN Countries, 2018*

Riset-riset mengenai pengungkapan CSR pada nilai perusahaan telah dilakukan oleh para peneliti. Namun, hasil riset-riset tersebut masih inkonsisten, (Narayana & Wirakusuma, 2021) dan (Nida, 2022) menunjukkan semakin tinggi pengungkapan CSR, menyebabkan semakin tinggi nilai perusahaan. Sedangkan (Sabatini & Sudana, 2019), (Tamara & Budiasih, 2020) menemukan semakin tinggi pengungkapan CSR, menyebabkan semakin rendah nilai perusahaan. Berdasarkan riset tersebut peneliti tertarik melakukan riset empiris mengenai pengungkapan CSR pada nilai perusahaan.

Perusahaan yang mampu meningkatkan laba perusahaannya akan lebih berpeluang untuk melakukan ekspansi bisnis. Menurut Arindita & Sampurno (2015) perusahaan yang memiliki skala besar dapat mengakses pasar modal dengan kemudahan memperoleh sumber dana. Sehingga perusahaan dapat melakukan strategi ekspansi dan efisiensi usaha, untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Ekspansi adalah salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk memperbesar ukuran atau skala perusahaan. Ukuran perusahaan atau *firm size* dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Menurut Wardani & Kaleka (2022) Semakin besar perusahaan maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya, sehingga akan semakin tinggi pula minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan begitu akan semakin mudah perusahaan memiliki akses untuk memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal yang dapat digunakan untuk tujuan operasional perusahaan. Sehingga dengan demikian *firm size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Terdapat research gap dalam *firm size* mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang mendukung ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Pramana & Mustanda (2016) dan Wardani & Kaleka (2022). Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Surya Abbas et al (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Tujuan utama perusahaan, adalah meningkatkan nilai perusahaan. *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FGCI) merumuskan tujuan dari *corporate governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). *Corporate governance* yang mengandung lima

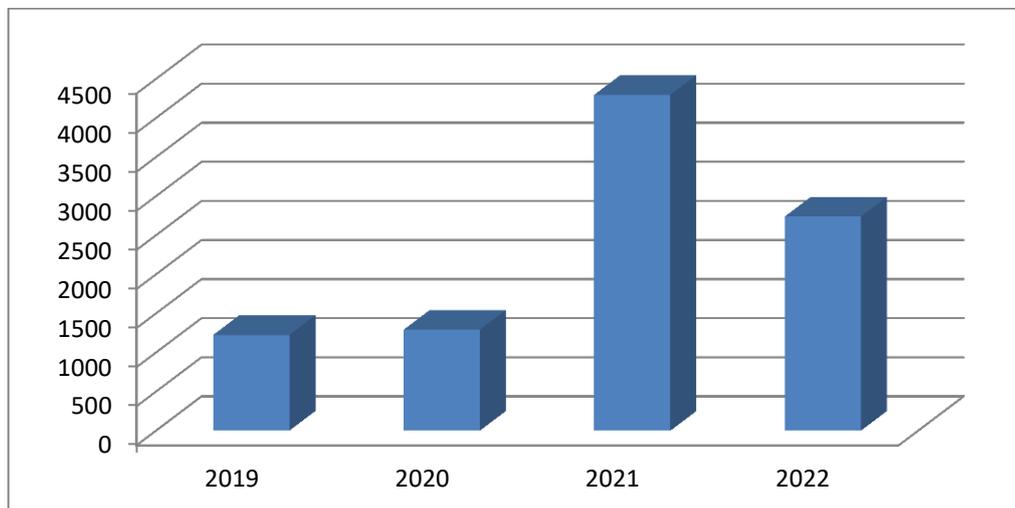
unsur penting yaitu keadilan, transparansi, pertanggung jawaban, independensi dan akuntabilitas, diharapkan dapat menjadi suatu jalan dalam meminimalisasi potensi – potensi konflik keagenan. Dengan adanya tata kelola perusahaan yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor. Fitriyani (2019) Mengatakan dari berbagai hasil pengkajian yang dilakukan oleh berbagai lembaga riset independen nasional dan internasional, menunjukkan rendahnya pemahaman terhadap arti penting dan strategisnya penerapan prinsip-prinsip GCG oleh pelaku bisnis di Indonesia. Untuk mengurangi konflik maka perusahaan juga perlu untuk menerapkan nilai-nilai perusahaan ke dalam perusahaan itu sendiri.

Prinsip-prinsip dasar yang harus dimiliki oleh perusahaan adalah:

1. Setiap perusahaan harus memiliki nilai-nilai perusahaan yang menggambarkan sikap moral perusahaan dalam pelaksanaan usahanya,
2. Untuk dapat merealisasikan sikap moral dalam pelaksanaan usahanya, perusahaan harus memiliki rumusan etika bisnis yang disepakati oleh organ perusahaan dan semua karyawan,
3. Nilai-nilai dan rumusan etika bisnis perusahaan perlu dituangkan dan dijabarkan lebih lanjut dalam pedoman perilaku agar dapat dipahami dan diterapkan.

Industri teknologi di Indonesia sekarang ini telah berkembang pesat, dalam beberapa tahun ini, industri teknologi mendapatkan nama besar di mata masyarakat, hal tersebut dikarenakan kondisi demografi Indonesia yang saat ini didominasi oleh generasi muda yang paham teknologi, sehingga bisa dikatakan potensi pasar teknologi di Indonesia cukup menjanjikan. Namun demikian, sektor teknologi adalah sektor saham yang masih baru dan seringkali mengalami naik turun dengan kondisi pasar dan ekonomi nasional internasional (Chusna, 2023). Selama 1 tahun lebih setelah dirilis, nilai indeks sektor teknologi sempat meroket hingga lebih dari 3 kali lipat pada akhir Mei 2021 hingga awal Agustus 2021, seperti terlihat pada grafik dibawah ini :

Gambar 1. 2
Grafik Perkembangan Harga Saham Perusahaan Teknologi yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2022



Sumber : ICMD (Indonesia Capital Market Directory) (diolah oleh peneliti)

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa pada perkembangan rata-rata harga saham perusahaan teknologi tahun 2019-2022 terjadi kenaikan yang cukup besar ditahun 2021. Pada tahun 2019 rata-rata harga saham senilai Rp.1.225,22 dan meningkat di tahun 2020 menjadi Rp.1.292,5, kemudian meningkat lagi di tahun 2021 menjadi senilai Rp.4.297,14 namun kemudian mengalami penurunan ditahun 2022, harga saham menjadi Rp.2.739,44, Damayanthi, (2019) dan Hirdinis (2019) menyatakan harga saham yang tinggi meningkatkan kepercayaan investor pada perusahaan karena perusahaan dianggap memiliki masa depan yang baik. Tingginya harga saham juga dapat mengindikasikan bahwa pemegang saham memiliki kemakmuran yang tinggi (Darmastika & Ratnadi, 2019). Kemakmuran ini dapat diamati dari tingginya *return* yang didapatkan oleh pemegang saham.

Objek penelitian diambil dari perusahaan teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan memilih sektor teknologi ini adalah didasarkan atas pertimbangan dengan keadaan sektor teknologi yang tergolong baru di BEI dan sedang berkembang pesat dalam periode 2019-2022. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran dan bukti empiris bagaimana kondisi perusahaan yang diukur dari tingkat profitabilitas, *leverage*, *corporate social*

responsibility dan *firm size* terhadap nilai perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel pemoderasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “**Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Corporate Social Responsibility dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Teknologi yang Tercatat Di Bei Tahun 2019-2022**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dinyatakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah *Firm Size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
5. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?
6. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan ?
7. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan ?
8. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Firm Size* terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dinyatakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan
3. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

4. Mengetahui pengaruh *Firm size* terhadap nilai perusahaan
5. Memahami kemampuan *Good Corporate Governance* dalam memoderasi relasi antara profitabilitas dengan nilai perusahaan
6. Memahami kemampuan *Good Corporate Governance* dalam memoderasi relasi antara *leverage* dengan nilai perusahaan
7. Memahami kemampuan *Good Corporate Governance* dalam memoderasi relasi antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan
8. Memahami kemampuan *Good Corporate Governance* dalam memoderasi relasi antara *Firm Size* dengan nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur dan wawasan dibidang akuntansi khususnya tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi, sehingga diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktisi

Bagi *stakeholder* dapat memberikan informasi apakah terdapat Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan. Setelah mengetahui informasi tersebut maka *stakeholder* dapat mengatur dan meninjau kembali perusahaan yang di kelolanya.

Bagi investor untuk memberikan gambaran tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan sehingga para investor dapat memiliki gambaran untuk berinvestasi ke perusahaan-perusahaan yang ada.

3. Manfaat bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi lembaga pemerintah mengenai Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*,

Corporate Social Responsibility dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi.