

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia semakin berkembang semakin maju seiring dengan majunya teknologi yang akan datang. Begitu pula dengan perkembangan digitalisasi pada lingkup perseroan, mereka dituntut untuk dapat menghadapi tantangan digitalisasi yang ada di masa sekarang maupun masa depan, hal tersebut harus ditunjukkan dengan inovasi yang maju akan produk mereka. Semakin maju digitalisasi pada masa ini, perseroan juga dituntut agar dapat meningkatkan kinerja keuangan mereka guna menghasilkan nilai perusahaan yang baik atau positif untuk dapat dipertimbangkan oleh pihak eksternal yang akan melakukan penanaman modal atau memberikan kredit untuk perseroan (Zulkifli dkk., 2023).

Investor atau pemegang saham memandang perusahaan yang baik yaitu melalui informasi keuangan yang disajikan secara kredibel atau dapat dipercaya, serta dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang, hal ini berkaitan dengan teori sinyal. Tindakan tersebut dilakukan oleh perusahaan guna untuk memberikan informasi kepada pemegang saham atau investor mengenai manajemen perusahaan dalam melihat prospek serta kinerja perusahaan kedepannya sehingga dapat membedakan perusahaan berkualitas baik dengan perusahaan berkualitas buruk. Teori sinyal akan menghasilkan sinyal yang sangat bernilai maupun sinyal yang tidak bernilai (Rima, 2018). Nilai perusahaan merupakan ukuran yang dapat diandalkan guna memperoleh kepercayaan kreditur dan investor. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan dari dibangunnya perusahaan agar dapat memaksimalkan laba dan saham guna meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham (Sembiring, 2019).

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) kembali mengalami peningkatan, ditutup pada zona positif dengan kenaikan sebesar 0,11% di level 7.681,04 pada perdagangan Kamis, 5 September 2024. Rata-rata volume perdagangan tahun berjalan (*year to date*, ytd) mencapai 13,64 miliar saham, dengan nilai transaksi rata-rata Rp7,3 triliun.

Sepanjang tahun ini, IHSG telah mencatat kenaikan 5,61% ytd. Pertumbuhan IHSG ini menempati posisi kelima tertinggi di kawasan Asia Tenggara. Namun demikian, performa IHSG masih berada di bawah beberapa indeks bursa negara tetangga. Sebagai perbandingan, FTSE Bursa Malaysia KLCI mencatat kenaikan 14,45% ytd, mencapai posisi 1.664,82, dan menjadi yang tertinggi di ASEAN. Selanjutnya, VN-Index dari Vietnam meningkat 13,01% ytd ke level 1.275,80, sementara PSEi Index Filipina menempati urutan ketiga dengan kenaikan 7,10% ytd ke posisi 6.907,97. Selain itu, Straits Times Index (STI) Singapura juga menunjukkan kinerja lebih baik dengan peningkatan 7,10% ytd ke level 3.458,66. IHSG hanya berhasil mengungguli SET Index Thailand, yang mengalami penurunan sebesar -0,82% ytd ke level 1.404,28 (www.cnbcindonesia.com, 2024).

Data dari siaran pers Bursa Efek Indonesia bahwa pada 6 September 2024 Investor asing mencatatkan nilai beli bersih sebesar Rp1,03 triliun dan sepanjang tahun 2024 investor asing mencatatkan nilai beli bersih sebesar Rp30,99 triliun (Bursa Efek Indonesia, 2024). Berikut ditampilkan grafik dalam Gambar 1.1 yang menunjukkan pertumbuhan IHSG di Indonesia pada tahun 2020 hingga tahun 2024.

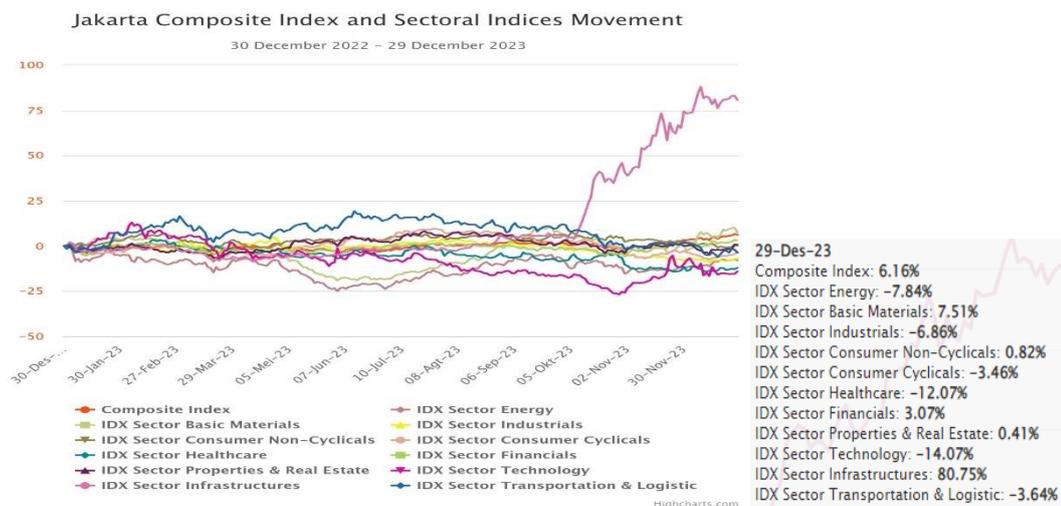
**Gambar 1.1 Pertumbuhan IHSG di Indonesia**



Sumber: id.investing.com, 2024

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 tersebut, perkembangan IHSG di Indonesia mengalami penurunan pada masa Covid-19 yaitu pada awal tahun 2020 yang nilai IHSG hanya menyentuh nilai 4.538,93. Dan perlahan-lahan mulai pulih kembali pasca Covid-19 mulai mereda, sehingga pada paruh awal tahun 2024 nilai IHSG menyentuh angka 7.207,94. Data dan fakta di atas menunjukkan bahwa walaupun pada masa Covid-19 perkembangan pasar modal mengalami penurunan yang signifikan, namun perlahan-lahan juga menunjukkan perkembangan atau pertumbuhan secara signifikan dan pulih kembali. Hal tersebut mengartikan bahwa para investor mulai menunjukkan keberaniannya untuk membangkitkan kembali pertumbuhan pasar modal di Indonesia. Maka, suatu emiten harus dapat meningkatkan nilai perusahaannya agar dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada emiten tersebut (Bursa Efek Indonesia, 2024).

**Gambar 1.2 Grafik Indeks Pasar Modal Tahun 2023**



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2023

Indeks pasar modal menunjukkan nilai negatif untuk perusahaan sektor teknologi pada akhir tahun 2023 yang dapat dilihat pada Gambar 1.2, hal tersebut berdasarkan data statistik pasar modal 2023 yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Serta perusahaan sektor teknologi juga mendapat peringkat yang cukup rendah dalam indeks pasar modalnya yaitu -14,07% dan merupakan peringkat pertama terendah dari seluruh sektor yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Fenomena tersebut menunjukkan kebalikan pada akhir tahun 2021, di mana pasar modal mencapai peringkat tertinggi dengan indeksnya mencapai 670,02% (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Oleh karena itu, tahun pengamatan dalam penelitian ini yaitu dari awal perusahaan di sektor teknologi mengalami peningkatan pasar modal yang tajam atau pertengahan pandemi Covid-19 hingga Indonesia dinyatakan telah beralih ke masa endemi dan laporan tahunan terakhir diterbitkan yaitu dari tahun 2021 hingga tahun 2023. Alasan lainnya yaitu pada periode 2021-2023 menjadi periode yang sulit bagi sektor teknologi secara global karena terjadi penurunan penggunaan produk teknologi yang tinggi pascapandemi telah berdampak pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sektor teknologi dari data di atas, dapat diketahui bahwa nilainya sedang mengalami kemerosotan yang cukup signifikan dan perlu diperhatikan secara khusus agar nilai perusahaan tersebut dapat pulih kembali. Perusahaan sektor teknologi juga sedang mengalami fenomena "*Tech Winter*" yaitu suatu periode ketika industri teknologi mengalami penurunan tajam dalam aktivitas bisnis dan investasi, yang menyebabkan terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) massal, kebangkrutan, serta meningkatnya ketidakpastian dan ketidakstabilan ekonomi. Menurut laporan East Ventures, pendanaan di Indonesia pada paruh pertama tahun 2023 menurun 74% secara *year-on-year* (unair.ac.id, 2024).

Perusahaan GOTO yang merupakan perusahaan induk dari Gojek dan Tokopedia telah melakukan PHK terhadap 1.300 karyawan pada tahun 2022. Berdasarkan data dari CNBC, selama tahun 2022, total karyawan *start-up* dan perusahaan teknologi besar yang terdampak PHK mencapai 190.230 orang. Sementara itu, sepanjang tahun 2023, PHK telah memengaruhi 37.526 pekerja dari 122 perusahaan. Puncak PHK dalam dua tahun terakhir terjadi pada November 2022, dengan jumlah pekerja terdampak mencapai 52.135 orang. Fenomena ini terjadi seiring penyesuaian dan restrukturisasi yang dilakukan oleh banyak perusahaan di sektor teknologi akibat perubahan kondisi pasar (unair.ac.id, 2024).

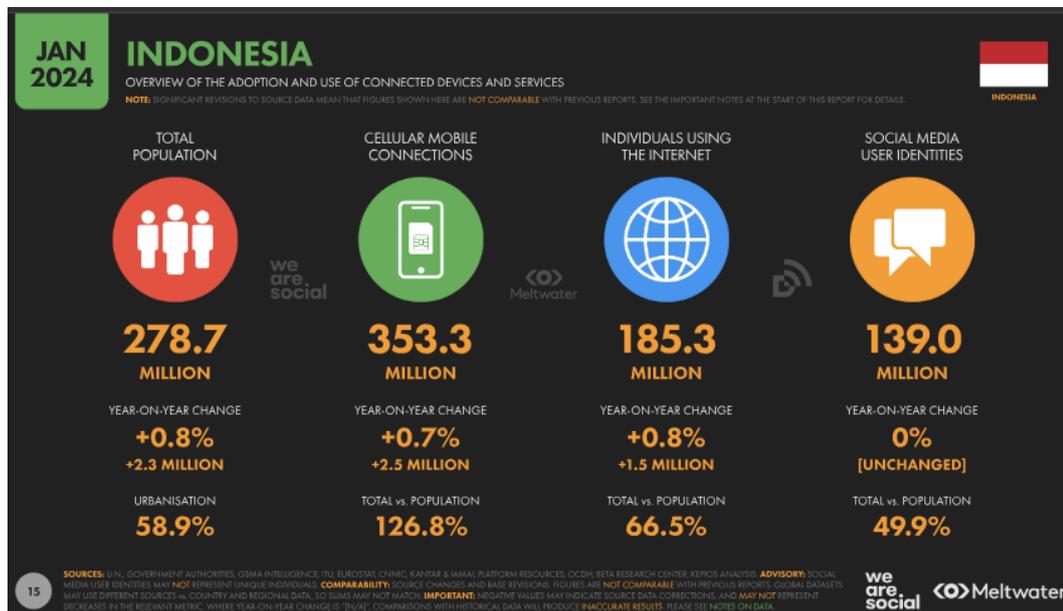
Performa saham di sektor teknologi diperkirakan masih menghadapi tantangan signifikan sepanjang tahun 2024. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks *IDX Sector Technology* mengalami penurunan sebesar 30,06% secara *year to date* (YtD), menjadikannya sebagai indeks sektoral dengan performa terlemah sepanjang tahun ini. Kinerja saham dari masing-masing emiten dalam sektor ini juga menunjukkan penurunan yang signifikan. Sebagai contoh, harga saham PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) telah turun 20,93% YtD menjadi Rp68 per saham. Sementara itu, saham PT Global Digital Niaga Tbk (BELI) mencatat penurunan 6,64% YtD ke Rp 450 per saham, dan PT Bukalapak.com Tbk (BUKA) mencatat penurunan harga saham sebesar 39,35% YtD menjadi Rp131 per saham (amp.kontan.co.id, 2024).

Para investor masih memiliki sentimen negatif untuk berinvestasi pada sektor teknologi di bursa domestik. Sentimen negatif yang memengaruhi kondisi ini meliputi ketidakpastian ekonomi yang terus berlanjut baik di Indonesia maupun secara global, kenaikan suku bunga, serta berkurangnya minat investor terhadap emiten di sektor teknologi yang memiliki tingkat risiko tinggi (amp.kontan.co.id, 2024).

Perusahaan di sektor teknologi dipilih sebagai objek penelitian karena mengalami penurunan signifikan dalam harga saham dan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) massal. Fenomena ini muncul pada masa pascapandemi Covid-19 dan di tengah perkembangan era revolusi industri 4.0, yang seharusnya mendorong pemanfaatan teknologi secara luas oleh masyarakat.

Penduduk di Indonesia yang tercatat sebanyak 278,7 juta penduduk, sekitar 185,3 juta atau 66,5% dari jumlah penduduk di Indonesia menggunakan internet yang menunjukkan peningkatan sebesar 0,8% dari tahun sebelumnya. Serta sebanyak 139,0 juta atau 49,9% penduduk Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.3 berikut (Meltwater, 2024).

**Gambar 1.3 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia**



Sumber: *We are Social & Meltwater, 2024*

Peneliti dapat menyimpulkan dari fakta dan data di atas bahwa penggunaan internet dan media sosial tidak luput dari kegiatan sehari-hari masyarakat di Indonesia maupun kegiatan suatu emiten, perilaku tersebut diharapkan dengan adanya peran digitalisasi pada perusahaan dapat meningkatkan nilai pada perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada hasil penelitian sebelumnya yaitu oleh (Safitri, 2023) yang menggunakan tingkat informasi tentang digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen yang akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat informasi tentang digitalisasi dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Salvi, 2021) yang menunjukkan informasi digitalisasi memiliki hubungan dan berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil yang diungkapkan penelitian lain menyatakan bahwa digitalisasi, perencanaan pajak, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Haq, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah & Helmy, 2023) juga menunjukkan bahwa pengungkapan informasi tentang digitalisasi tidak

berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Penelitian tersebut juga selaras dengan penelitian (Nugraha, 2022) yang mengungkapkan pengungkapan informasi tentang digitalisasi tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Informasi tentang digitalisasi juga mengungkapkan informasi sosial perusahaan yang dapat diperoleh dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Safitri, 2023) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai sarana untuk memperbaiki dan meningkatkan nilai perusahaan. CSR dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan berdasarkan sampel perusahaan yang diteliti menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai pengungkapan CSR yang tinggi mempunyai nilai perusahaan yang tinggi. Sebaliknya, perusahaan dengan pengungkapan CSR yang rendah memiliki nilai perusahaan yang rendah.

Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa CSR mampu memediasi hubungan pengaruh digitalisasi terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi digitalisasi maka akan semakin tinggi nilai perusahaan yang dihasilkan dengan dukungan CSR yang tinggi. Pengaruh digitalisasi terhadap nilai perusahaan bersifat positif artinya, setiap kenaikan digitalisasi maka akan diikuti kenaikan nilai perusahaan (Purnama, 2022). Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian (Karina & Setiadi, 2020) yang menunjukkan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Hasil penelitian oleh (Elisabet & Mulyani, 2019) menunjukkan hal yang sebaliknya yaitu pengungkapan CSR tidak dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal serupa ditemukan pada penelitian (Ajo Putri dkk., 2023) yang mengungkapkan bahwa variabel CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, implementasi CSR dalam perusahaan bukan merupakan faktor penentu dalam peningkatan atau penurunan nilai perusahaan. Salah satu penyebab ketidakberpengaruhannya CSR terhadap nilai perusahaan adalah rendahnya tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan

teknologi selama tahun 2019, yang belum sesuai dengan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Dengan demikian, rendahnya kualitas pengungkapan CSR menjadi faktor utama yang menyebabkan praktik CSR tidak memberikan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berbagai studi telah dilakukan oleh para peneliti untuk meneliti hubungan antara pengungkapan informasi tentang digitalisasi dan CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, seperti yang ditunjukkan sebelumnya hasil dari penelitian-penelitian tersebut masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengangkat topik dan tema tersebut untuk diteliti dengan menambahkan variabel moderasi yaitu *Good Corporate Governance* (GCG).

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) di Indonesia hingga saat ini belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi semua pemangku kepentingan. Namun, GCG semakin krusial dalam praktik bisnis di Indonesia. Oleh karena itu, implementasi GCG membutuhkan komitmen yang kuat untuk memastikan keberhasilannya. Investor sangat mempertimbangkan penerapan GCG saat membuat keputusan investasi, karena keberadaan GCG memberikan keyakinan bahwa perusahaan dikelola dengan baik oleh manajemen demi keberlanjutan perusahaan dan untuk kepentingan para pemegang saham. Realisasi praktik CSR dan GCG dalam suatu perusahaan berpotensi memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan (Karina & Setiadi, 2020). Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Wirawati, 2019) bahwa GCG mampu memperkuat pengaruh CSR pada nilai perusahaan. Penelitian ini akan mengkaji pengaruh moderasi dari GCG yang bertujuan untuk menyelidiki apakah GCG mampu memoderasi pengaruh secara parsial dari tingkat pengungkapan digitalisasi dan CSR terhadap nilai perusahaan.

Objek penelitian akan difokuskan pada perusahaan-perusahaan di sektor teknologi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan sektor ini didasarkan pada pertimbangan bahwa industri teknologi relatif baru di BEI dan menunjukkan fluktuasi yang signifikan selama periode 2021-2023.

Penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya (Safitri, 2023) dalam hal variabel, periode, objek, serta alat ukur yang digunakan. Penelitian terdahulu berfokus pada dua variabel utama yaitu tingkat pengungkapan digitalisasi dan tingkat pengungkapan CSR dengan GRI *Standards* yang berjumlah 148 indikator, sementara nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q dan menggunakan teori sinyal sebagai dasar analisis pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2019-2021.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 28 indikator untuk tingkat pengungkapan digitalisasi yang diukur dengan *four ways numerical coding system* dan menggunakan GRI *Standards* 2016 dengan 89 indikator untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR serta menggunakan *Price Book Value* (PBV) dan *Price Earning Ratio* (PER) untuk mengukur nilai perusahaan. Penelitian ini juga memasukkan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi untuk mengevaluasi pengaruhnya terhadap hubungan antara variabel-variabel yang dianalisis dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini tidak hanya menggunakan teori sinyal namun juga menambahkan teori keagenan untuk implementasi prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik agar mengurangi risiko tindakan yang berpotensi menurunkan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan objek penelitian perusahaan di sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2021-2023.

Berpedoman pada latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah tingkat pengungkapan digitalisasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *good corporate governance* dapat memoderasi pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *good corporate governance* dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis apakah *good corporate governance* dapat memoderasi pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisis apakah *good corporate governance* dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menambah referensi dan memperkaya penelitian empiris di bidang akuntansi, terutama yang berhubungan dengan pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para investor atau calon investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam menganalisis nilai perusahaan dan dapat memudahkan para investor atau calon investor dalam mengambil suatu keputusan yang tepat.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan referensi kepada manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.
- c. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan bahan acuan dalam penelitiannya yang berkaitan dengan nilai perusahaan.