

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai salah satu negara terbesar di dunia memiliki peranan yang paling menonjol yaitu perkembangan industri manufaktur. Di dalam skala nasional sektor ini mengalami peningkatan sebesar 20,27% dengan menggeser peran *Commodity Based* menjadi *Manufacture Based*. Hasilnya di Asia Tenggara, Indonesia pun menjadi basis manufaktur terbesar. Angka *Manufacturing Value Added* (MVA) untuk industri ini juga menduduki posisi paling atas di antara negara – negara ASEAN dengan mencapai nilai sebesar 4,5 %. Dalam lingkup global, manufaktur Indonesia berada di peringkat 9 dari seluruh negara yang ada di dunia (<https://kemenperin.go.id/>).

Tabel 1.1

Jumlah Perusahaan Manufaktur di Indonesia tahun 2015 – 2019

Tahun	Sektor Industri Barang & Konsumsi	Sektor Industri Dasar & Kimia	Sektor Aneka Industri
2015	43	61	40
2016	43	63	40
2017	49	67	42
2018	51	71	42
2019	54	78	50

Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI), www.idx.co.id

Berdasarkan data yang diperoleh, menunjukkan adanya perkembangan industri manufaktur di Indonesia yaitu dengan bertambahnya jumlah perusahaan manufaktur di semua sektor pada tahun 2015 – 2019. Dengan

berkembangnya perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia, tidak menampik adanya berbagai persoalan dan tantangan yang akan di hadapi.

Persoalan dan tantangan utama yang dihadapi perusahaan manufaktur pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu tantangan internal dan tantangan eksternal. Secara internal, persoalan dan tantangan yang dihadapi perusahaan manufaktur yaitu kekurangan tenaga kerja yang berkualitas sehingga sulit dalam memprediksi permintaan produk, mengontrol persediaan, meningkatkan efisiensi di pabrik, mengelola prospek penjualan dan kesulitan dalam meningkatkan ROI. Sedangkan secara eksternal tantangan yang dihadapi perusahaan manufaktur tercermin dengan adanya globalisasi, seperti munculnya teknologi – teknologi canggih yang membuat para produsen merasa kebingungan (Kadim, 2017). Dengan adanya persoalan dan tantangan ini diharapkan tidak mengurangi nilai perusahaan atau dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Tujuan jangka panjang yang menjadi prioritas suatu perusahaan adalah peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan citra perusahaan dimata masyarakat luas. Banyak faktor yang dapat dihubungkan dalam menilai citra perusahaan, dimana dalam hal ini nilai perusahaan merupakan landasan moral yang digunakan untuk mencapai visi dan misi perusahaan. (Arianti dan Putra, 2018).

Untuk meningkatkan nilai perusahaan, salah satu cara adalah dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban

yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat (Retno dan Priantinah, 2012).

Good Corporate Governance (GCG) juga merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. GCG dikatakan mampu meningkatkan nilai perusahaan disebabkan oleh adanya GCG, perusahaan diharapkan dapat mempunyai kinerja yang baik sehingga mampu menciptakan keuntungan bagi para pemilik perusahaan atau pemegang saham (Amanti, 2011).

Corporate governance merupakan sebuah struktur, proses, budaya, dan sistem untuk menciptakan kondisi operasional yang sukses bagi sebuah organisasi (Keasley dalam Sunarto, 2003). Mekanisme *good corporate governance* (GCG) dijadikan sebagai kontrol bagi perusahaan agar tetap pada batasan yang seharusnya. Sejalan dengan semua bentuk konsep dari GCG yang telah diterapkan, perubahan yang dihasilkan tidak sesuai dengan diharapkan atau tidak signifikan. Tuntutan terhadap wujud GCG disetiap sektor (public maupun swasta), kini semakin gencar. Tuntutan ini memang sangat wajar, mengingat survei yang dilakukan oleh *Asian Corporate Governance Association* (ACGA) di negara Asia menghasilkan bahwa Indonesia menempati posisi paling terakhir dalam menerapkan *corporate governance*.

Tabel 1.2
Skor Peringkat *Corporate Governance* di Asia

No	Negara	CG Skor (%)
----	--------	-------------

1	Singapore	59
2	Hong Kong	60
3	Japan	54
4	Taiwan	56
5	Thailand	55
6	Malaysia	58
7	India	54
8	Korea	46
9	China	41
10	Philippines	37
11	Indonesia	34

Sumber : *Asian Corporate Governance Association (ACGA)*

Survei yang dilakukan oleh *Asian Corporate Governance Association (ACGA)* menghasilkan bahwa 11 negara yang ada di Asia untuk dapat dibandingkan dan dikatakan telah mengikuti standar internasional haruslah mendapatkan nilai 80%. Hal ini terlihat bahwa negara Hong Kong yang memiliki nilai 60% masih membutuhkan jalan yang panjang untuk mencapai nilai 80%, apalagi Indonesia yang baru hampir mencapai setengah dari target yaitu 34%. (*Asian Corporate Governance Association, 2018*).

Skor CG yang rendah itu menandakan bahwa sistem pengelolaan pada perusahaan di Indonesia masih sangat buruk, hal itu menyebabkan munculnya kesan yang kurang baik dimata calon investor. Sistem *corporate governance* yang baik akan memberikan perlindungan efektif kepada para pemegang saham dan kreditur untuk memperoleh kembali atas investasi dengan wajar, tepat dan seefesien mungkin, serta memastikan bahwa manajemen bertindak sebaik yang dapat dilakukannya untuk kepentingan perusahaan (*www.fegi.com* dalam Sukamulja, 2004).

Lain hal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Good Corporate Governance (GCG)*, profitabilitas dalam perusahaan dapat

diukur dengan berbagai rasio. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam perusahaan serta meningkatnya profitabilitas perusahaan diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan baik dimata investor maupun masyarakat umum. Nilai perusahaan atau citra perusahaan merupakan citra perusahaan dimata masyarakat luas, dimana banyak faktor yang dapat dihubungkan dalam menilai citra perusahaan, dimana dalam hal ini nilai perusahaan merupakan landasan moral yang digunakan untuk mencapai visi dan misi perusahaan dimana hal tersebut berupa kejujuran, keadilan dan bagaimana agar masyarakat percaya terhadap perusahaan tersebut. Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's Q* (Arianti dan Putra, 2018).

Menurut Brigham dan Houston (2010) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan melalui rasio seperti ROA (*Return on Assets*).

Alasan penambahan variabel menggunakan ROA dalam penelitian ini sebagai variabel moderasi yang diharapkan dapat mempengaruhi hubungan *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Apabila nilai ROA pada suatu perusahaan tinggi maka akan

menguatkan hubungan antar variabel dan sebaliknya, apabila ROA rendah maka akan memperlemah hubungan antar variabel (Handoko, 2010).

Beberapa penelitian mengenai hubungan antara *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan seperti penelitian dari Arianti dan Putra (2018) menemukan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan komite audit terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Prastuti dan Budiasih (2015) menemukan komite audit berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan proporsi dewan komisaris independen tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian Perdana dan Raharja (2014) menemukan kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, komite audit berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, proporsi komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Syafitri, dkk (2018) dalam penelitiannya menemukan komite audit dapat mempengaruhi secara signifikan positif, dengan meningkatkan jumlah komite audit maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan secara signifikan, komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan manajerial dan komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian di atas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015 – 2019.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Apakah *good corporate governance* dengan variabel kepemilikan manajerial, komite audit dan komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh pada hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh pada hubungan *good corporate governance* dengan variabel kepemilikan manajerial, komite audit dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sesuai dengan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui pengaruh *good corporate governance* dengan variabel kepemilikan manajerial, komite audit dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui profitabilitas berpengaruh pada hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
4. Untuk mengetahui profitabilitas berpengaruh pada hubungan *good corporate governance* dengan variabel kepemilikan manajerial, komite audit dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penulis diharapkan dapat menambah dan memperluas ilmu pengetahuan serta wawasan peneliti yang diperoleh selama masa

kuliah khususnya mengenai *goodcorporate governance*, *corporate social responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan dalam pengambilan keputusan investasi.

3. Bagi Akademisi

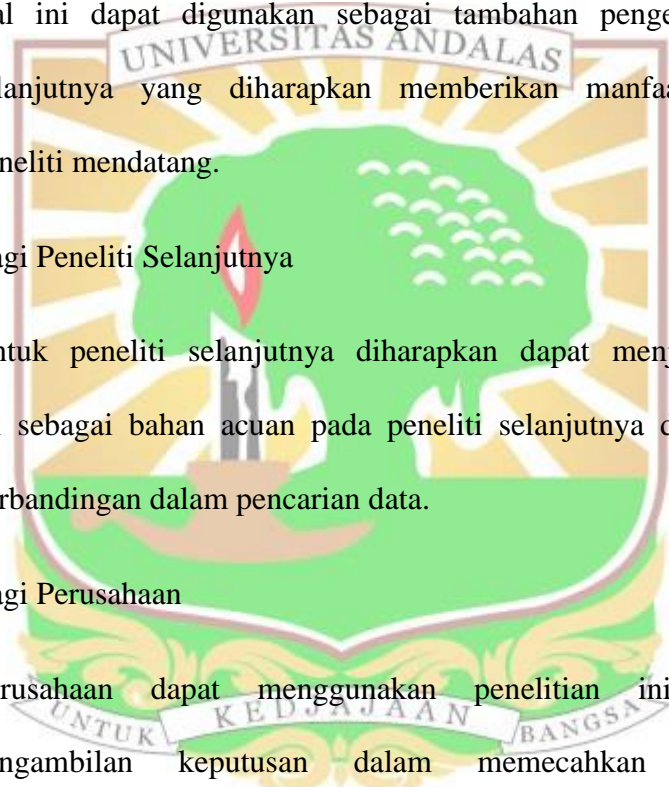
Hal ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan penelitian selanjutnya yang diharapkan memberikan manfaat referensi bagi peneliti mendatang.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan acuan pada peneliti selanjutnya dan sebagai bahan perbandingan dalam pencarian data.

5. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai dasar pengambilan keputusan dalam memecahkan atas persoalan perusahaan.



1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi atas lima bab yang terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berisikan dasar teoritis, penelitian sebelumnya yang akan digunakan sebagai acuan dasar teori dan analisis serta kerangka peneli.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode pengumpulan data, populasi dan sampling, variabel yang digunakan dan teknis analisis data dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dari pengujian penelitian yang telah dilakukan, sehingga dapat menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dalam bab pembahasan serta saran yang dianggap perlu bagi para peneliti selanjutnya.

