

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan ekonomi dunia dalam beberapa tahun terakhir ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Namun, hal itu tidak juga dapat menentukan bahwa suatu perusahaan akan terus tetap aman dan bertahan dalam persaingan pasar (Rani, 2017). Pada era disrupsi saat ini, setiap organisasi atau perusahaan dituntut untuk unggul dan mampu meraih pasar demi menjaga keberlangsungan usaha terutama dalam sektor media informasi. Untuk menjadi perusahaan yang unggul perlunya pemimpin yang mengatur dan menjalankan rencana perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Sebuah Perusahaan memerlukan sumber daya manusia yang unggul dan berkompeten. Untuk memperoleh sumber daya manusia yang unggul perlu diperhatikan berbagai indikator agar perusahaan mampu bersaing di era disruptif saat ini. Dimana perlunya peningkatan kemampuan pegawai dan penghargaan kepada pegawai agar tercapai kepuasan pegawai di tengah perkembangan media informasi yang sangat masif ( Sudiantini, Dian & Farhan, 2022).

Sumberdaya tidak berwujud berupa pengetahuan, pengalaman, kemampuan mengelola hubungan, pengorganisaian teknologi dan informasi, ketrampilan, dan profesionalitas yang dapat dikelola dan dimanfaatkan oleh manajemen untuk menciptakan nilai guna meraih keunggulan dalam bersaing yang berkelanjutan bagi perusahaan ( Istianingsih, 2016). Penting bagi perusahaan untuk memahami dan mengkomunikasikan budaya perusahaan dengan jelas dan konsisten kepada

karyawan dan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Zhao et al., 2018) menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas dan konsisten tentang budaya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Zhang et al., 2020) menunjukkan bahwa komunikasi internal yang baik dapat membantu karyawan memahami nilai-nilai dan tujuan perusahaan dengan lebih baik, serta memfasilitasi partisipasi karyawan dalam promosi budaya perusahaan. Hal ini dapat membantu perusahaan menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan meningkatkan kinerja keuangan mereka secara keseluruhan.

Promosi budaya perusahaan yang kuat dapat meningkatkan kinerja keuangan suatu perusahaan dengan meningkatkan loyalitas karyawan dan meningkatkan kualitas produk dan layanan. Partisipasi karyawan juga menjadi faktor kunci dalam mempromosikan budaya perusahaan yang efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Awadh & Saad (2013) dalam (Surgana et al., 2022) mengatakan bahwa dalam menciptakan budaya perusahaan yang efektif dapat membantu dalam memberikan keputusan bisnis yang baik harus dalam pembetulan keyakinan dalam norma, nilai dan perilaku di organisasi.

Kedua pendapat tersebut semakin mendukung bahwa suatu budaya organisasi sangatlah diperlukan demi kelancaran dan keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Hal ini dapat berdampak positif pada produktivitas karyawan dan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan. Pada perusahaan *consumer cyclicals* di Indonesia menunjukkan bahwa promosi budaya perusahaan tidak

memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan selain promosi budaya perusahaan. (M Fadhli Nursal et al., 2022)

Penelitian yang dilakukan oleh (Yesil & Kaya, 2013) menunjukkan bahwa promosi budaya perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat merek perusahaan Berdasarkan hasil penelitian tersebut, promosi budaya perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan pada kinerja keuangan perusahaan, lingkungan kerja, dan reputasi perusahaan. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan kecocokan antara budaya perusahaan dengan tujuan dan strategi bisnis perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kim & Lee, 2020) menunjukkan bahwa kecocokan antara budaya perusahaan dengan tujuan dan strategi bisnis perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan pada industri *consumer cyclicals* di Korea Selatan. Selain itu, perlu diperhatikan bahwa pengukuran kinerja keuangan tidaklah menjadi satu-satunya ukuran keberhasilan perusahaan. Mengetahui tentang budaya perusahaan Indomaret, dan mengetahui strategi komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kinerja karyawan perusahaan Indomaret.

Metode dengan menggunakan Analisis deskriptif, hasil analisis berupa penerapan SOP pada PT. Indomarco Prismatama memberikan manfaat yang besar apabila para karyawan menerapkan dengan baik sesuai dengan fungsinya. Kesimpulan yang diambil yaitu (1) Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa perusahaan PT. Indomaret memiliki kekuatan seperti

organisasi dan manajemen, budaya kerja dan strategi, kualitas SDM, lokasi, produk, promosi, teknologi dan aspek keuangan. (2) Posisi Bisnis Indomaret berdasarkan Analisis Swot berada pada kuadran IA yaitu pada posisi strategi pertumbuhan agresif (Rapid Growth Strategy). Artinya Indomaret memiliki kekuatan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan peluang yang terjadi. (3) Strategi Pemasaran yang tepat untuk Indomaret adalah strategi pertumbuhan agresif (Oktavia et al., 2022)

Promosi budaya perusahaan juga dapat mempengaruhi kinerja keuangan dengan mempengaruhi motivasi karyawan. Promosi budaya perusahaan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan menciptakan lingkungan kerja yang positif. Penelitian yang dilakukan oleh (Hadi, Purnama. et al., 2022) menunjukkan bahwa promosi budaya perusahaan dapat menjadi salah satu faktor yang membedakan perusahaan dari pesaing dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula modal yang dibutuhkan untuk dana operasional perusahaan tersebut. Permintaan dana yang begitu besar tersebut dapat dipenuhi dari dana sendiri atau hutang, terutama pembiayaan hutang jangka panjang. Bagi perusahaan besar yang sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal sahamnya hanya akan berdampak kecil pada kemungkinan kehilangan atau pengalihan kendali perusahaan. (Fauzi & Puspitasari, 2021). Perusahaan harus mempunyai kinerja yang baik sehingga dapat mempertahankan perusahaan menghadapi pesaingnya. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik akan dapat lebih dipercaya oleh investor. Dalam hal ini, kinerja yang dimaksud

adalah kinerja keuangan dari perusahaan. Kinerja keuangan adalah wujud tercapainya suatu prestasi perusahaan untuk periode tertentu yang memberikan gambaran yang berdasar pada sasaran, standar, dan kriteria yang sudah tetap (Macia Sari, 2019).

Kinerja keuangan perusahaan yang melakukan perbaikan secara terus menerus akan membuat perusahaan semakin baik dan bisa terus unggul dalam persaingan. Dalam menilai kinerja keuangan perusahaan dapat digunakan suatu ukuran atau tolak ukur tertentu, biasanya ukuran yang digunakan adalah rasio atau indeks yang menghubungkan dua data keuangan (Rinaldi, 2020). Selain struktur modal, faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan adalah ukuran perusahaan (Firm Size). Ukuran perusahaan merupakan suatu tingkatan yang menunjukkan tingkat perkembangan usaha suatu perusahaan (Fauzi & Puspitasari, 2021)

Ukuran aset dapat digunakan untuk mengukur besar kecilnya perusahaan, ukurannya aset ini diukur dengan logaritma total aset. Dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, nilai total aset biasanya sangat berharga. Oleh karena itu, variabel aset diperhalus menjadi logaritma aset atau Ln Total aset (Jogiyanto, 2013 : 282) dalam(Fauzi & Puspitasari, 2021)

Semakin besar ukuran perusahaan yang diukur dari total aset tetap yang dimiliki perusahaan, dan peningkatan total aset tetap yang dimiliki perusahaan, dapat memperbesar skala perusahaan tersebut. Pertumbuhan ukuran perusahaan dapat mencerminkan tingkat keuntungan perusahaan di masa depan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ciptadi et.al (2019) dalam penelitian (Fauzi &



Puspitasari, 2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Perusahaan juga perlu memperhatikan implementasi dari budaya perusahaan tersebut. Promosi budaya perusahaan yang dilakukan tanpa implementasi yang tepat dapat menjadi tidak efektif dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Nusah Sisilya, 2016) Hal ini bisa terjadi apabila peningkatan aset tidak diimbangi dengan jumlah perolehan laba pada perusahaan yang berarti kurangnya efektivitas perusahaan dalam mengelola asetnya untuk meningkatkan profitabilitas yang dalam penelitian ini yaitu untuk mengukur kinerja keuangan. Perusahaan yang besar akan menjadi daya tarik investor untuk menanamkan investasinya pada perusahaan tersebut karena tingkat risiko ketidakpastian perusahaan sangat kecil dan perusahaan besar akan lebih mudah memperoleh dana dari pihak luar karena mendapat kepercayaan yang besar dari masyarakat. (Nusah Sisilya, 2016) Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa promosi budaya perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA (*return on asset*) dan *leverage* pada perusahaan retail.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Amalia et al., 2021) menunjukkan hasil yang serupa. Penelitian ini dilakukan pada siklus konsumen perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menguji pengaruh promosi perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam bentuk profitabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi budaya perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Dengan demikian, untuk menguji pengaruh budaya perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan, dengan

menggunakan variabel Pengembalian Aset (*Return On Asset*) dan *leverage* yang membuktikan bahwa promosi budaya perusahaan yang positif dan terukur akan dapat berdampak positif terhadap perusahaan *consumer cyclicals*. Oleh karena itu, judul penelitian ini yaitu “ ***Pengaruh Pengungkapan Promosi Budaya Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Perusahaan Consumer Cyclicals terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 – 2021)***”

## **1.2 Rumus Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan promosi budaya perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur tentang hubungan antara promosi budaya perusahaan dan kinerja keuangan, serta memberikan informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan perusahaan dalam perencanaan strategi dan manajemen perusahaan. Beberapa tujuan spesifik dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji apakah pengungkapan promosi budaya perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan?

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan teori dan praktik manajemen keuangan serta memberikan rekomendasi yang berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan mereka.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini akan menambah pemahaman peneliti tentang pengungkapan promosi budaya perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian dapat menyediakan pemahaman yang lebih mendalam tentang apakah positif, negatif, atau bahkan tidak ada pengaruh antara keduanya.

Pengembangan kerangka konseptual melalui analisis data dan temuan, penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan atau menguji kerangka konseptual tentang pentingnya pengungkapan promosi budaya perusahaan. Penelitian ini mungkin mengidentifikasi variabel-variabel Promosi budaya spesifik yang memiliki pengaruh pada kinerja keuangan. Hal ini akan membantu manajemen perusahaan dalam menentukan area-area yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kinerja keuangan.

### **2. Manfaat Praktisi**

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan panduan bagi perusahaan dalam mengembangkan budaya perusahaan yang lebih efektif. Mereka dapat menyesuaikan kegiatan mereka yang berdampak positif pada kinerja keuangan. Bagi investor, penelitian ini dapat membantu mereka dalam membuat keputusan investasi yang lebih baik. Perusahaan yang kuat pada kinerja keuangan mungkin menjadi pilihan yang lebih menarik bagi para investor yang peduli terhadap aspek keberlanjutan.



Dengan memahami pentingnya pengungkapan promosi budaya perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan, perusahaan dapat memperkuat reputasi mereka di mata konsumen, pemangku kepentingan, dan masyarakat umum. Ini dapat menciptakan iklim bisnis yang lebih positif dan membantu perusahaan untuk memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini juga dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan dan mendorong adopsi standar pengungkapan promosi budaya perusahaan yang lebih ketat. Hal ini dapat membantu menciptakan kesejahteraan lingkungan sosial, Penelitian ini dapat memberikan inisiatif keberlanjutan perusahaan. Dengan memahami bagaimana mempengaruhi kinerja keuangan, perusahaan dapat mengarahkan upaya mereka untuk menciptakan dampak sosial dan lingkungan yang lebih positif sambil mencapai tujuan keuangan mereka

### **1.6 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini diukur (*Return On Asset*) ROA dengan variabel Kontrol *Leverage* dan Ukuran Perusahaan.
2. Penelitian ini hanya mengambil penelitian dari sektor Energi di idx.co.id. Tahun Penelitian dibatasi hanya tahun 2019, 2020 dan 2021.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sebagai arahan untuk memudahkan dalam penelitian, maka penulis menyajikan susunan penulisan sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan**, bab ini membahas secara garis besar mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II Tinjauan Pustaka**, bab ini membahas tinjauan pustaka yang dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

**BAB III Metode Penelitian**, dalam bab ini berisi tentang desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan pengukurannya serta metode analisis data.

**BAB IV Analisis Data dan Pembahasan**, dalam bab ini dibahas mengenai data yang digunakan, pengolahan data tersebut dengan alat analisis yang diperlukan dan pembahasan atas hasil analisis data.

**BAB V Penutup**, dalam bab ini menyajikan simpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran-saran yang diperlukan.