

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, perkembangan dunia usaha semakin pesat diikuti dengan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk berpikir kritis, efektif dan efisien supaya bisa unggul pada persaingan. Sebuah perusahaan tentu menginginkan perusahaannya terus mengalami perkembangan, memiliki kinerja keuangan yang baik, dan mempunyai nilai perusahaan yang tinggi dan terus meningkat (Hindasah et al., 2021). Sangat penting bagi suatu perusahaan atau emiten untuk memiliki laporan keuangan yang dapat menerangkan keadaan perusahaan, sebab salah satu indikator sehat atau tidaknya sebuah perusahaan yaitu bila laporan keuangannya menunjukkan kenaikan laba, harga saham yang stabil dan taraf pengembalian modal (*capital*) yang baik dan aktivitas kegiatan serta komponen lainnya seperti tata kelola perusahaan yang baik yang secara tidak disengaja dapat berpengaruh pada nilai perusahaan (Siska & Handayani, 2023).

Consumer non-cyclicals adalah perusahaan yang berkecimpung pada bidang manufaktur, melalui aktivitas utama memproses bahan mentah menjadi barang jadi, dimana produk-produk dari suatu perusahaan nantinya akan dikonsumsi masyarakat. *Consumer non-cyclicals* yaitu sektor industri yang stabil dan rentan terpengaruh terhadap perubahan musiman dan ekonomi meskipun terjadi inflasi sebab berfokus pada sektor pokok penting manusia (Apriyani et al., 2022).

Perusahaan *consumer non-cyclicals* atau barang kebutuhan pokok adalah perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang bersifat anti-siklis atau barang pokok, yang dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi. Perusahaan *consumer non-cyclicals* memiliki peran yang sangat berkaitan dalam rangka mensejahterakan kehidupan masyarakat dimana produknya sangat dibutuhkan bagi keperluan sehari-hari (Dwicahyani et al., 2022).

Berdasarkan fenomena yang diambil dari beberapa populasi perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia bahwa pengaruh nilai perusahaan ditahun 2019-2021 berfluktuasi. PT Nippon Indosari Corpindo Tbk mengalami fluktuasi pada nilai perusahaan data tahun 2019 memiliki angka 2,06 menurun menjadi 1,89 di tahun 2020 dan meningkat menjadi 2,01 di tahun 2021. Sekar Laut Tbk mengalami fluktuasi pada nilai perusahaan data tahun 2019 memiliki angka 1,93 menurun menjadi 1,40 di tahun 2020 dan meningkat menjadi 1,88 di tahun 2021. H.M Sampoerna Tbk mengalami fluktuasi pada nilai perusahaan data tahun 2019 memiliki angka 5,10 menurun menjadi 2,74 di tahun 2020 dan meningkat menjadi 3,66 di tahun 2021. Kino Indonesia Tbk mengalami fluktuasi pada nilai perusahaan data tahun 2019 memiliki angka 1,25 menurun menjadi 1,06 di tahun 2020 dan meningkat menjadi 1,23 di tahun 2021. Mayora Indah Tbk mengalami fluktuasi pada nilai perusahaan data tahun 2019 memiliki angka 2,89 meningkat menjadi 3,49 di tahun 2020 dan menurun menjadi 2,72 di tahun 2021. Sumber Alfaria Trijaya mengalami fluktuasi pada nilai perusahaan data tahun 2019

memiliki angka 2,24 menurun menjadi 1,99 di tahun 2020 dan meningkat menjadi 2,51 di tahun 2021 (Susanti et al., 2022).

Berdirinya suatu perusahaan pasti mempunyai maksud dan sasaran yang jelas. Diantaranya adalah untuk memperoleh keuntungan maksimal, menyejahterakan para pemegang saham, dan meningkatkan nilai perusahaan yang tergambar pada harga saham perusahaan (Muliati et al., 2021). Meningkatkan nilai perusahaan sangat luas artinya dari memaksimalkan laba. Meningkatkan nilai berarti memperhitungkan berbagai macam dampak pada *income* perusahaan. Kualitas arus kas di masa mendatang diharapkan dapat senantiasa meningkat (Wahyuni, 2023).

Nilai perusahaan memegang kendali penuh dalam memperkirakan kualitas performa perusahaan dengan jangka waktu yang sudah ditetapkan. Nilai perusahaan dapat ditinjau pula lewat kesanggupan perusahaan dalam memperoleh laba yang menguntungkan bagi para *shareholder*. Bila laba yang dihasilkan perusahaan sudah bisa memperoleh nilai yang ditargetkan, itu artinya perusahaan diakui dapat memaksimalkan kualitas pencapaian yang tercermin dalam *firm value* (Prawijaya et al., 2023). Nilai perusahaan adalah sesuatu yang sangat serius bagi para investor, sebab melalui peningkatan nilai perusahaan, reputasi dan nilai perusahaan di mata investor akan semakin baik dan terus meningkat. Menurut (Khasanah & Sucipto, 2020) nilai suatu perusahaan merupakan harga yang disetujui pembeli di masa depan dan bisa diterima pembeli ketika perusahaan tersebut dijual di kemudian hari.

Eksistensi nilai perusahaan menggambarkan bagaimana perkembangan dan kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaannya. Pengelolaan tersebut

diupayakan dapat meningkatkan keuntungan dan mengurangi risiko kerugian yang akan terjadi dimasa mendatang (Irmalasari et al., 2022). Dengan pentingnya nilai perusahaan maka perusahaan perlu melakukan kegiatan yang dapat menjaga dan memaksimalkan nilai perusahaan. Beberapa hal yang perlu menjadi perhatian perusahaan diantaranya meliputi tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan, dan memaksimalkan nilai perusahaan guna menarik kepercayaan investor. (Suryandari & Mongan, 2020). Sebagaimana dikatakan oleh (Bawai & Kusumadewi, 2021) nilai perusahaan mempunyai tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaannya dengan cara meyakinkan penanam modal serta masyarakat atas kinerja perusahaan yang baik sejak perusahaan didirikan sampai sekarang, dengan peningkatan nilai perusahaan maka kesejahteraan pemegang saham dan kekayaan pemegang saham juga meningkat. Peningkatan nilai perusahaan tersebut dapat dicapai jika perusahaan mampu beroperasi dengan mencapai laba yang ditargetkan.

Menurut (Muliani et al., 2020) perusahaan sebagai suatu entitas bisnis yang menjalankan aktivitas produksi dalam operasinya, memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang, tujuan jangka pendek perusahaan ialah untuk memperoleh laba maksimal dengan mengelola aset yang tersedia. Di samping itu, tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat terhambat oleh beragam aspek, seperti tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, rasio hutang terhadap ekuitas, laba per saham, struktur modal, ukuran perusahaan dan masih banyak aspek lainnya (Fangestu et al., 2020). Suatu perusahaan pasti menghendaki perusahaannya secara kontinu

mengalami pertumbuhan, mempunyai kondisi finansial yang baik, dan memiliki nilai perusahaan yang meningkat secara konsisten.

Melalui keuntungan yang dihasilkan, perusahaan dapat membayar dividen kepada pemegang saham, mendorong pertumbuhan perusahaan dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Menurut (Muliani et al., 2020) maksimalisasi nilai perusahaan lebih komprehensif daripada maksimalisasi keuntungan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti mempertimbangkan dampak waktu terhadap nilai. Memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan berbagai aspek aliran pendapatan perusahaan. Kualitas aliran dana masa depan yang diharapkan dapat bervariasi (Susilawati, 2019). Nilai perusahaan memegang peranan penting dalam perusahaan, karena dapat meningkatkan kepercayaan pengguna informasi dan pemangku kepentingan (Diyanto & Natariasari, 2019).

Akhir-akhir ini terdapat tren peningkatan tuntutan masyarakat terhadap transparansi dan tanggung jawab perusahaan sebagai perwujudan *Good Corporate Governance* (Malini et al., 2021). GCG dipandang sebagai faktor yang tidak terukur (*intangible*) yang memberi andil terhadap keberhasilan perusahaan. Menurut (Eka et al., 2022) menyatakan bahwa tata kelola perusahaan yang baik menjamin keseimbangan yang optimal antara manajemen dengan perusahaan. Keseimbangan ini penting bagi perusahaan untuk jangka pendek dan jangka panjang yang berkelanjutan.

Dalam penelitian (Wulandari et al., 2022) menyatakan bahwa perusahaan yang dikelola secara strategis pada umumnya memiliki tujuan laba, biasanya dinyatakan

dalam bentuk laba persaham. Salah satu alat terpenting untuk menilai kekuatan dari suatu perusahaan adalah analisis keuangan, akan tetapi analisis ini tidak dapat secara otomatis dapat dijadikan untuk menilai kekuatan suatu organisasi, ada pendekatan lain yang tidak kalah penting dalam meningkatkan nilai perusahaan yaitu adanya penerapan *Good Corporate Governance* dalam perusahaan (Nugroho & Budiman, 2022). *Good Corporate Governance* adalah komitmen, aturan main, dan praktik penyelenggaraan bisnis secara sehat dan beretika untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Hemayani & Dewi, 2021).

Mekanisme *Good Corporate Governance* yang baik mendorong manajemen untuk mengungkapkan laporan yang lebih luas dan transparan dalam laporan tahunan, sehingga pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat menarik investor untuk menanamkan dananya dan diharapkan mendapatkan return yang tinggi (Fitria & Kurnia, 2022). Hal ini dikarenakan citra perusahaan yang baik akan menarik investor dan calon investor dalam memilih tempat untuk berinvestasi. Penerapan tata kelola perusahaan yang baik diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan dari waktu ke waktu. Selain itu, tata kelola perusahaan yang baik juga dapat meredam berbagai kepentingan untuk memberikan manfaat bagi perusahaan secara keseluruhan.

GCG merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah untuk semua *stakeholders*. Teori *stakeholder* berhubungan dengan konsep tanggungjawab sosial perusahaan dimana kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh para *stakeholders*, namun demikian tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas untuk memaksimalkan

laba dan kepentingan pemegang saham, tapi juga harus memperhatikan masyarakat, pelanggan, dan pemasok sebagai bagian dari operasi perusahaan itu sendiri (Hindasah et al., 2021). Oleh sebab itu dibutuhkan adanya penerapan *Good Corporate Governance* dalam menyikapi konflik tersebut, sehingga pihak pemegang saham dan manajer dapat bersinergi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Tuntutan paradigma *Good Corporate Governance* (GCG) dalam seluruh aktivitas perekonomian tidak dapat dihindari lagi.

Apabila kondisi GCG dapat dicapai maka di harapkan terwujudnya entitas bisnis yang bersih (*clean governance*) dan terbentuknya masyarakat sipil (*civil society*) serta tata kelola perusahaan yang baik (Nabila & Wuryani, 2021). *Good Corporate Governance* (GCG) adalah suatu prinsip yang mempunyai tujuan untuk mengendalikan serta mengarahkan suatu perusahaan agar dapat mencapai keseimbangan antara kekuatan dan kewenangan perusahaan dalam memberikan suatu tanggung jawab kepada pihak-pihak yang sangat berpengaruh, yaitu pada umumnya *stakeholder* dan pada khususnya *shareholder*. Mekanisme *Good Corporate Governance* dijadikan sebagai kontrol bagi perusahaan agar tetap pada batasan yang seharusnya.

Pada dasarnya tata kelola perusahaan membahas mengenai kepentingan pemegang saham, perlakuan yang sama terhadap pemegang saham, peranan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), transparansi dan penjelasan, serta peranan dewan komisaris dan komite audit (Khasanah & Sucipto, 2020). Menurut (Hakim et al., 2019) “Tata Kelola Perusahaan yang Baik adalah sistem pengendalian internal yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan

untuk mencapai tujuan bisnisnya melalui pengamanan aset perusahaan serta memaksimalkan nilai investasi investor dalam jangka panjang”. GCG pada kali ini diharapkan mampu mengusahakan keseimbangan antar ke berbagai kepentingan dan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Penerapan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dapat mengurangi konflik antara manajemen dan prinsipal, karena GCG dapat berfungsi untuk mengawasi kinerja manajemen, sehingga manajemen akan bertindak sesuai dengan keinginan prinsipal yaitu meningkatkan nilai perusahaan, dengan kata lain GCG memberikan perlindungan dan manfaat tidak hanya bagi pemegang saham tetapi juga bagi pemangku kepentingan lainnya (Baihaqqi et al., 2023). Seluruh proses aktivitas perusahaan akan berjalan dengan baik apabila GCG dapat berjalan dengan baik, efektif dan efisien. Hal tersebut dapat berdampak positif terhadap kinerja perusahaan, baik kinerja finansial maupun nonfinansial.

Menurut (Safaruddin et al., 2023) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominalnya, seperti jumlah aset, jumlah penjualan selama periode penjualan, dan kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan diukur dari total aset perusahaan yang terdapat dalam laporan keuangan atau laporan tahunan perusahaan. Semakin besar aset suatu perusahaan maka semakin besar pula modal yang ditanam.

Ukuran perusahaan juga dinilai berdampak terhadap nilai perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin mudah memperoleh pendanaan baik dari internal maupun eksternal. Perusahaan juga akan lebih mudah memperoleh dana

melalui pasar modal, karena investor akan sangat tertarik untuk memfokuskan dan menanamkan modalnya pada perusahaan besar yang memiliki total aset yang besar juga. Maka dari itu, ukuran perusahaan berperan penting dalam memperoleh kepercayaan investor. Besar kecilnya suatu perusahaan tercermin dari kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya (Aziz & Widati, 2023)

Penelitian pengukuran GCG menggunakan indikator dewan komisaris independen serta komite audit yang merupakan mekanisme GCG. Menurut (Karina & Setiadi, 2020) komisaris independen berperan sebagai penyeimbang untuk mengambil keputusan. Besarnya anggota komisaris independen di perusahaan memungkinkan pemantauan kinerja bisnis yang lebih aktif, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja bisnis dan berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini bertentangan dengan penelitian (Khasanah & Sucipto, 2020) yang menyatakan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pendapat dari (Lubis et al., 2021) eksistensi komite audit juga memiliki peranan penting dalam GCG. Eksistensi komite audit pada suatu perusahaan, dapat memantau kinerja manajemen sehingga meningkatkan transparansi perusahaan, dan memastikan pelaporan keuangan perusahaan berkualitas dan *valid*. Dari penelitian (Kartikasari et al., 2019) komite audit memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan akan tetapi, tidak sesuai penelitian dari (Puspitasari & Ermayanti, 2019) komite audit tidak ada pengaruh pada nilai perusahaan. Adanya mekanisme GCG di suatu perusahaan menurut (Handriyani, 2019) dapat memberikan pengawasan lebih optimal pada pihak pengelola agar kinerja perusahaan dan nilai perusahaan ikut meningkat.

Pada penelitian terdahulu, (Susesti & Wahyuningtyas, 2022) berpendapat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun berbeda dengan penelitian yang di lakukan oleh (Mahanani & Kartika, 2022) berpendapat bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari *research gap* GCG dan Ukuran Perusahaan tersebut, penulis ingin mengetahui apakah GCG dan Ukuran Perusahaan berpengaruh atau tidak terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Subsektor Industri Makanan Olahan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

2. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan oleh manajemen perusahaan sebagai saran dan kontribusi untuk meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan melalui penerapan tata kelola perusahaan yang baik dan, yang mencakup prinsip kejujuran, transparansi, tanggung jawab, akuntabilitas, dan independensi. Supaya perusahaan dapat memahami pentingnya penerapan tata kelola perusahaan yang baik dan tanggung jawab sosial perusahaan yang berpengaruh bagi perusahaan dalam menentukan pertimbangan investor untuk berinvestasi di perusahaan.

2. Bagi Penulis

Memberikan penulis wawasan dan pengetahuan mengenai tata kelola yang baik dan serta dapat memberikan penelitian dengan bukti empiris mengenai pengaruh tata kelola yang baik dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penulis juga diharapkan dapat meningkatkan kemampuan analisis masalahnya.

3. Bagi Pembaca

Memberikan edukasi yang luas tentang pentingnya penerapan tata kelola perusahaan yang baik dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai

perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, referensi dan acuan bagi para pembaca yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terkait nilai perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini terdiri dari lima bab dan untuk mempermudah pemahaman, maka disusun dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua merupakan tinjauan pustaka yang membahas teori-teori yang merupakan kajian kerangka teoritis. Dalam hal ini berisi tentang literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya dan model konseptual penelitian pada umumnya.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga diuraikan metodologi penelitian yang terdiri dari: Desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi tentang hasil analisis data yang mencakup: deskripsi hasil penelitian/hasil analisis data, pembahasan (diskusi) hasil penelitian (jawaban atas hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya).

BAB V. PENUTUP

Bab kelima berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dan saran yang diberikan pada hasil penelitian.

