

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal dengan meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Pertumbuhan ekonomi saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini disebabkan adanya globalisasi serta teknologi informasi yang setiap tahunnya berkembang. Berbagai macam inovasi dan persaingan yang ketat memaksa perusahaan untuk mengubah pola manajemennya yang semula berbasis tenaga kerja (*labor based business*) menjadi berbasis pengetahuan (*knowledge based business*) (Sawarjuwono dan Kadir, 2003 dalam Diva dan Restuti, 2016).

Nilai dari suatu perusahaan menjadi salah satu komponen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi investor untuk menilai apakah suatu perusahaan layak untuk diberikan investasi. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan adalah nilai laba masa yang akan datang di ekspektasikan yang dihitung kembali dengan suku bunga yang tepat (Winardi, 2001 dalam Marfuah dan Nindya, 2017). Nilai sebuah perusahaan yang sudah go public tercermin dalam harga saham perusahaan (Margaretha, 2005:1 dalam Putri, 2017). Nilai sebuah perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan atau kegagalan manajemen perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba. Bagi seorang manajer nilai perusahaan merupakan tolok ukur atas prestasi kerja yang sudah dicapainya. Secara tidak langsung manajer telah mampu untuk meningkatkan kemakmuran bagi pemegang saham yang merupakan

tujuan perusahaan. Ketika laba meningkat, nilai perusahaan akan naik dan kenaikan tersebut segera diikuti naiknya harga saham. Peningkatan nilai perusahaan akan menimbulkan keyakinan investor bahwa investasi pada perusahaan itu menguntungkan. Jika seorang investor sudah memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan maka investor tersebut akan tertarik berinvestasi, sehingga hal ini akan membuat harga saham perusahaan mengalami kenaikan (Tambunan, 2007: 11 dalam Putri, 2017).

Di Indonesia, fenomena *intellectual capital* muncul sejak diterbitkannya PSAK No 19 yang telah direvisi tahun 2015 tentang aset tidak berwujud. *intellectual capital* telah disinggung dalam standar akuntansi walaupun tidak secara langsung. walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai *intellectual capital*, Hal ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* telah mendapatkan perhatian dalam akuntansi. Namun, realitasnya perusahaan-perusahaan di Indonesia belum memberikan perhatian lebih terhadap *intellectual capital*.

Intellectual capital juga berupa sistem informasi, hak paten, kebijakan, proses dan sistem perusahaan dari waktu ke waktu. Komponen utama yang diungkapkan dalam *intellectual capital* adalah *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Dengan memproyeksikan berdasarkan *value added* yang diciptakan oleh *physical capital (VACA)*, *human capital (VAHU)*, dan *structural capital (STVA)*. Kombinasi dari ketiga *value added* tersebut disimbolkan dengan nama VAIC™. Saat ini, perusahaan dituntut untuk memperhatikan peran *stakeholder*, sehingga perusahaan harus dapat menyelaraskan antara perusahaan dengan *stakeholder*.

Hasil Penelitian Putri, S. D. dan Nuzula, N. F., (2018). Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif dari *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *intellectual capital* maka semakin tinggi nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan, serta tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Jadi kesimpulannya nilai perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2017 dipengaruhi oleh *intellectual capital*. Sedangkan penelitian (Lestari N & Sapitri R.C, 2016) dan Fadlun (2017) menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara *agent* dan *principal* (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency problem*. Seringkali bahkan menjadi hal yang sangat biasa terjadi didalam perusahaan bahwa agent dan principal memiliki tujuan dan kepentingan yang saling bertentangan. Agen atau pihak manajemen lebih mementingkan kepentingan pribadinya dan tidak sesuai tujuan perusahaan yaitu mensejahterakan pemilik perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Terdapat beberapa mekanisme yang sering dipakai dalam menerapkan *good corporate governance* diantaranya adalah kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional perusahaan.

Dalam mengawasi dan memonitor perilaku manajer, pemegang saham akan mengeluarkan biaya pengawasan yang disebut dengan *agency cost*. Untuk

mengurangi *agency cost*, dapat dilakukan dengan meningkatkan kepemilikan manajerial. Langkah ini ditempuh dengan memberikan kesempatan kepada manajer untuk terlibat dalam kepemilikan saham dengan tujuan penyetaraan kepentingan pemegang saham. Peningkatan kepemilikan manajerial membantu untuk menghubungkan kepentingan pihak internal dan pemegang saham, dan mengarah ke pengambilan keputusan yang lebih baik dan meningkatnya nilai perusahaan. Dengan demikian, aktivitas perusahaan dapat diawasi melalui kepemilikan manajerial yang besar (Endraswati, 2012 dalam Rivandi, M. 2018).

Struktur kepemilikan lain dalam mekanisme *good corporate governance* adalah kepemilikan institusional, yang diartikan sebagai kepemilikan saham perusahaan oleh institusi atau lembaga tertentu. Investor institusional dianggap mampu menggunakan informasi laba periode sekarang untuk memprediksi laba di masa mendatang dibandingkan investor non institusional. Kepemilikan institusional dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan memanfaatkan informasi, serta dapat mengatasi konflik keagenan karena dengan meningkatnya kepemilikan institusional maka segala aktivitas perusahaan akan diawasi oleh pihak institusi atau lembaga.

Investor institusional dianggap sebagai pihak yang efektif dalam melakukan pengawasan setiap tindakan yang dilakukan oleh manajer. Investor institusional diharapkan mengambil bagian dalam setiap aktivitas internal perusahaan sehingga mampu mengawasi setiap tindakan oportunistik manajer. Pemegang saham memiliki pengaruh yang kuat pada setiap perilaku manajer dimana jumlah pemegang saham yang besar mampu mengurangi dan mencegah tindakan

opportunistik manajer. Tingginya jumlah kepemilikan institusional akan meningkatkan sistem kontrol perusahaan yang ditujukan guna meminimalisasi tingkat kecurangan akibat tindakan oportunistik pihak manajer yang nantinya dapat mengurangi nilai perusahaan.

Beberapa penelitian berupaya menguji pengaruh kepemilikan institusional dengan nilai perusahaan. Lestari, (2017) dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara kepemilikan institusional pada nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Wida N.P & Suartana I.W (2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Sedangkan Purbopangestu & Subowo (2014) mengungkapkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pernyataan yang sama diungkapkan Widyaningsih (2018) bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Apabila permintaan tinggi harga saham akan mengalami kenaikan, sebaliknya apabila permintaan rendah harga saham akan turun. Namun ketika sebuah perusahaan sudah semakin besar dan berkembang, keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan tidak lagi menjadi satu-satunya perhatian bagi perusahaan. Aspek-aspek lainnya juga menjadi penting bagi perusahaan seperti aspek sosial dan lingkungan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperhatikan aspek sosial dan lingkungan adalah dengan cara melakukan *corporate social responsibility* (CSR) serta melakukan pengungkapan atas aktivitas - aktivitas yang telah di lakukan agar dapat membangun citra dan nama yang baik

bagi perusahaan, karena semakin meningkatnya persaingan di bidang bisnis menyebabkan perusahaan berlomba-lomba untuk membangun citra dan nama yang baik bagi perusahaan (Anindita dan Yuliati, 2017).

Sekarang ini banyak perusahaan yang tidak hanya mementingkan internal perusahaan, tetapi juga mulai memperhatikan kepentingan pihak luar. Pihak luar yang dimaksudkan disini yaitu masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan, terutama yang tinggal disekitar perusahaan tersebut, hal ini disebut dengan tanggung jawab sosial atau biasa dikenal dengan *corporate social responsibility*. Perubahan global tidak hanya mempengaruhi kebutuhan pelanggan tetapi juga membawa perubahan pada harapan karyawan dan mitra perusahaan. Perusahaan perlu pula memenuhi harapan-harapan tersebut secara bertanggung jawab.

Hasil penelitian Indrasti & Martini (2014), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan variabel *control size*. Sampel yang dipakai dalam penelitian adalah 25 data dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 yang mana data dalam penelitian berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data berdasarkan pertimbangan kemudahan dengan jumlah sampel sebanyak 25 perusahaan. Dengan menggunakan teknik regresi linier berganda datayang diolah dengan menggunakan teknik *Structural Equation Model*. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan *reseach gap* , penelitian yang akan dilakukan saat ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena nantinya akan mengembangkan model baru dari model-model penelitian sebelumnya. Penelitian terkait faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya dilakukan oleh Fadlun, 2017 ; Lestari N. & Sapitri R.C, 2016 ; Saputra W.S, 2018 ; Fiadicha F.& Rahmawati H.Y, 2016 ; Sunaryo I,dkk 2018 ; Indrasti & Martini, 2014 ; Syahla & Nila F, 2019 ; Wida & Suartana., 2014. Hasil-hasil penelitian mereka tidak terdapat konsistensi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Hal ini menjadi ketertarikan peneliti untuk menguji kembali faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Fadlun, 2017. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fadlun, (2017) adalah menambah variabel independen yaitu kepemilikan manajerial dan *corporate sosial responsibility*. Tujuan menambahkan variabel kepemilikan manajerial yaitu karena pada hasil penelitian Widyaningsih, (2018) mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Yang artinya semakin tinggi jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen perusahaan, maka semakin tinggi juga nilai perusahaan. Dan dengan bertambahnya kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan maka kontrol pada aktifitas manajemen akan meningkat, sehingga setiap aktifitas dan keputusan perusahaan akan maksimal.

Sedangkan *corporate sosial responsibility* juga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada hasil penelitian Sunaryo I., dkk, (2018) mengungkapkan bahwa *corporate sosial responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu menjadi salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat. Karena dengan secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang bertujuan untuk mengejar keuntungan, tetapi tidak dengan sendirinya perusahaan dibenarkan untuk mencapai keuntungan itu dengan mengorbankan kepentingan pihak-pihak lain.

Sehingga semakin tinggi *corporate social responsibility* maka nilai perusahaan juga semakin meningkat. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* tahun 2015-2018. Karena di Indonesia perusahaan manufaktur tersebut diketahui berkembang sangat pesat, hal ini dapat di lihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode ke periode semakin banyak. Tidak menutup kemungkinan bahwasanya perusahaan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga prospeknya menguntungkan baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Alasan pemilihan manufaktur sektor *food and beverage* adalah karena saham tersebut saham – saham yang paling tahan dengan krisis moneter atau ekonomi, di banding dengan sektor lain karena dalam kondisi apapun krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman tetap dibutuhkan. Sebab produk ini menjadi kebutuhan pokok bagi seluruh masyarakat Indonesia. Sedangkan penelitian

sebelumnya menggunakan data panel atau *pooling data* sampel perusahaan manufaktur pada tahun 2010-2014 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan pemaparan tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengkajian secara lebih mendalam terkait Pengaruh *Intellectual Capital*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan
- b. Bagaimana kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan
- c. Bagaimana kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan
- d. Bagaimana *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis dan mendapat bukti empiris pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan
- b. Untuk menganalisis dan mendapat bukti empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan
- c. Untuk menganalisis dan mendapat bukti empiris pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan

- d. Untuk menganalisis dan mendapat bukti empiris pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam penelitian selanjutnya dan menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang akuntansi keuangan, khususnya tentang nilai perusahaan

2. Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan saran terkait dengan permasalahan mengenai *intellectual capital*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, dan nilai perusahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA