

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada umumnya nilai (*value*) merupakan tolak ukur untuk menilai suatu objek termasuk terhadap sebuah perusahaan, perusahaan yang memiliki perolehan laba bersih yang besar akan dinilai baik bagi para investor dan khalayak. Setiap perusahaan pastinya berlomba untuk memenuhi itu semua dengan meningkatkan berbagai sektor pada perusahaannya. Tujuan berdirinya perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemilik perusahaan dan nilai perusahaan. Perusahaan yang telah *go public* nilai perusahaannya dicerminkan oleh tingginya harga saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dapat dilihat pada harga pasar saham dan merupakan salah satu indikator penilaian investor terhadap suatu perusahaan.

Menurut (Adhitya, 2016) Nilai perusahaan juga menjadi konsep penting bagi para investor karena digunakan sebagai indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Dengan melihat laporan keuangan perusahaan, investor dapat menilai perkembangan perusahaan secara periodik. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik akan ditunjukkan dengan besarnya laba yang dihasilkan pada laporan keuangan. Sebelum menanamkan modal pada suatu perusahaan, investor akan melihat laba yang dihasilkan jika labanya tinggi maka pertumbuhan perusahaan juga semakin baik. Hal demikian berdampak bagi kemakmuran investor

dan perusahaan yang ingin memperoleh laba yang tinggi. Perusahaan dituntut untuk turut memperhatikan *value for money* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Kinerja perusahaan yang baik merupakan wujud dari pengelolaannya yang baik pula, dimana harus memperhatikan konsep ekonomis, efisien, dan efektivitas. Ekonomis, efisien, dan efektivitas berhubungan dengan bagaimana upaya organisasi untuk menggunakan sumber daya yang ada secara maksimal untuk mencapai manfaat yang signifikan.

(Sudiyatno et al, 2017) menyatakan bahwa dunia bisnis akan selalu membutuhkan manajemen untuk berkreasi untuk pengembangan kinerjanya. Manajemen sebagai subjek seharusnya mampu mengambil manfaat dari semua peluang yang ada untuk mengelola perusahaan guna mengembangkan kinerja perusahaan. Pengelolaan yang perlu diperhatikan yaitu terkait masalah keuangan. Namun kinerja keuangan tidak lagi relevan sebagai alat mengukur keseluruhan kinerja manajemen akibat adanya perubahan dunia bisnis, sehingga diperlukan juga pertimbangan non keuangan. Kinerja keuangan dapat dilihat dari keputusan investasi dan keputusan pendanaan suatu perusahaan. Sedangkan kinerja non keuangan dapat dilihat dari pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan tersebut.

Sebagai perusahaan yang mempunyai ekspektasi tinggi akan kemajuan perusahaan guna terwujudnya nilai perusahaan yang baik, perusahaan dituntut untuk meningkatkan *value for money* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Salah satunya ialah dengan melakukan belanja modal dan asetnya. (Hermuningsih, 2015)

memperoleh temuan bahwa manajemen perusahaan cenderung melakukan lebih banyak hutang ketika mereka yakin akan prospek perusahaan yang bagus pada masa mendatang dan ingin meningkatkan harga saham. Saat ini kemajuan pada suatu usaha bergantung pada pendanaan, manajer perusahaan harus mampu mengelola pendanaan sebaik mungkin. Tujuan perusahaan dalam jangka panjang adalah mengoptimalkan nilai perusahaan dengan meminimalkan biaya modal (Kusumajaya, 2017).

Bentuk keputusan investasi pada penelitian ini ialah *Capital Expenditure*, *Capital Expenditure* sendiri merupakan pengeluaran modal yang dilakukan manajemen untuk membiayai tambahan asset yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan penjualan (Sartono, 2015). Dari sudut pandang ekonomi makro, pembelanjaan modal merupakan salah satu bagian dominan yang membentuk permintaan agregat untuk barang modal, komponen *gross national product*, variabel pertumbuhan ekonomi dan siklus bisnis. Sedangkan secara ekonomi mikro, pembelanjaan modal penting karena besarnya tingkat pembelanjaan modal akan mempengaruhi keputusan -keputusan produksi yang dibuat oleh perusahaan (Adi & Muid, 2016). Pembelanjaan modal menjadi kunci berlangsungnya proses dari perusahaan. Oleh karena itu juga sering kali dikaitkan dengan kinerja perusahaan, karena semakin tinggi pembelanjaan modal diharapkan semakin baik kinerja perusahaan (McConnell & Muscarella, 1985).

Menurut (Lubis et al., 2018) *capital expenditure* merupakan investasi yang dilakukan dalam bentuk *property*, *plant*, dan *equipment*. Penting bagi perusahaan

untuk menganggarkan belanja modal apalagi perusahaan yang sudah besar demi pengembangan dan pertumbuhan perusahaan. Menurut (McConnell & Muscarella, 1985) terdapat hubungan positif antara *capital expenditure* dengan kinerja perusahaan. Jadi semakin tinggi *capital expenditure* maka semakin tinggi kinerja perusahaan, dengan semakin tinggi kinerja perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Berdasarkan catatan Kementerian Perindustrian (Kemenperin), sepanjang tahun 2019 industri manufaktur mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap total investasi. Tercatat sumbangsih penanaman modal dalam negeri (PMDN) sektor industri sebesar Rp72,7 triliun atau 18,8 persen dari perolehan total PMDN sebesar Rp386,5 triliun (Marjudin, 2020). Perkembangan nilai perusahaan manufaktur 5 tahun yaitu dari tahun 2014-2018 dapat dilihat di tabel 1.1.

Tabel 1.1

Perkembangan Nilai Perusahaan, *Price Book Value* (PBV)

No	Nama Bidang Perusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
	Manufaktur	Kali	Kali	Kali	Kali	Kali
1.	Perusahaan manufaktur makanan dan minuman.	4,7	3,1	2,7	4,41	5,93
2.	Perusahaan manufaktur semen.	2,6	3,19	2,19	3,08	2,76

3.	Perusahaan manufaktur logam dan sejenisnya.	1,0	1,5	0,62	1,61	2,19
4.	Perusahaan manufaktur keramik, porselen, dan kaca	2,5	2,2	2,07	1,42	2,46
5.	Perusahaan manufaktur kimia.	0,8	0,8	0,64	1,43	0,93
6.	Perusahaan manufaktur plastik.	3,5	2,8	4,2	1,49	1,21
7.	Perusahaan manufaktur pakan ternak.	3,7	2,9	1,95	1,93	2,83
8.	Perusahaan manufaktur kayu dan pengolahannya	0,14	0,27	0,01	0,93	4,75
9.	Perusahaan manufaktur pulp & paper	1,19	1,02	0,63	0,82	1,79
10.	Perusahaan manufaktur mesin dan alat berat.	1,82	4,21	6,58	7,41	26,2
11.	Perusahaan manufaktur otomotif & komponen.	1,47	1,52	1,42	1,29	1,25
12.	Perusahaan manufaktur tekstile & garment.	0,42	0,68	0,75	0,7	0,93
13.	Perusahaan manufaktur alas kaki.	1,59	1,52	0,99	0,31	0,43
14.	Perusahaan manufaktur kabel.	1,15	0,99	0,72	1,05	0,79

15.	Perusahaan manufaktur rokok.	7,14	6,16	0,86	4,74	5,4
16.	Perusahaan manufaktur farmasi.	3,68	3,20	2,28	4,92	6,43
17.	Perusahaan manufaktur kosmetik dan rumah tangga.	5,15	11,99	1,49	11,46	5,93
18.	Perusahaan manufaktur peralatan rumah tangga.	0,48	0,72	0,58	0,56	0,95

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan tabel 1.1 menyatakan perkembangan nilai perusahaan manufaktur yang diprosikan dengan PBV atau (*Price to Book Value*), ini digunakan untuk melihat seberapa tinggi harga saham di pasar modal karena semakin tinggi harga saham di pasar modal maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Survei yang dilakukan di Indonesia oleh lembaga-lembaga independen dunia ataupun ASEAN seperti Credit Lyonnais Securities Asia (CLSA), Asian Corporate Governance Association (ACGA), dan The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) dengan mengacu pada penilaian ASEAN Corporate Governance Scorecard menunjukkan sejak tahun 2001 hingga tahun 2017, perusahaan-perusahaan di Indonesia menempati posisi terendah di Asia ataupun ASEAN dalam pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG). Tahun 2017, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengumumkan bahwa GCG Indonesia termasuk peringkat bawah di ASEAN. Begitupula dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sepanjang tahun hingga tahun 2017 menurut yang dilansir media, melalui riset yang dilakukan lembaga independen yaitu Riset Centre for

Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School dan ASEAN CSR Network (ACN) dengan menggunakan kriteria penilaian kualitas tersebut diambil berdasarkan sejumlah indikator dari kerangka Global Reporting Initiative (GRI) menemukan kualitas pengelolaan CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia masih rendah.

Corporate governance merupakan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan (Retno & Priantinah, 2016). Sebuah perusahaan tidak akan lari dari sistem yang mengendalikan orang-orang yang ada di dalamnya, semakin baik sistem yang berjalan di dalam maka akan semakin baik pula kinerja yang diinginkan.

Menurut Dey Report (1994) dalam (Kusumawati et al, 2015) mengemukakan bahwa *Corporate governance* yang efektif dalam jangka panjang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menguntungkan pemegang saham. Sehingga Implementasi dari *good corporate governance* diharapkan juga bermanfaat signifikan untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan dengan menjaga keseimbangan dan kesinambungan antara berbagai kepentingan yang dapat memberi keuntungan bagi perusahaan secara masif dan menyeluruh. Penerapan *good corporate governance* tidak hanya untuk memenuhi kinerja

perusahaan saja namun untuk kepentingan pemegang saham dan publik yang didukung oleh tanggung jawab perusahaan (CSR).

Good corporate governance menjadi media Informasi bagi public untuk mengetahui citra suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki GCG yang baik akan memberikan banyak informasi kepada para investor sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dan akan direspon positif oleh mereka sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Fatchan & Trisnawati, 2018).

Pada dasarnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial, ekonomi, dan lingkungan serta ekologi kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Menurut Freeman (1998) yang dikutip dari (Riyadi, 2018) *Stakeholder* adalah kelompok atau individu yang mendapatkan keuntungan dari atau kerugian oleh, dan yang hak-haknya dilanggar atau dihargai oleh tindakan korporasi. Yang termasuk *stakeholder* adalah para pemegang saham itu sendiri, para kreditor, pekerja atau buruh, para pelanggan, pemasok, dan masyarakat atau komunitas pada umumnya. Teori *stakeholder* menekankan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial yang menuntut dia harus mempertimbangkan semua kepentingan setiap pihak yang terkena pengaruh dari tindakannya yang harus dipertanggung jawabkan. Tanggung jawab tersebut meliputi pencegahan dari dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas

masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan sekitar perusahaan (Yusrianti & Himawan, 2015).

Corporate social responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam mengatasi dan memperbaiki kesenjangan sosial atas aktivitas operasi perusahaan. Menurut (Awuy, 2016) perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berupaya agar berdampak baik. Sehingga dengan adanya CSR diharapkan kepercayaan masyarakat dan kerusakan lingkungan yang merugikan setiap sektor bisa diminimalisir bahkan dapat ditanggulangi. *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah gagasan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (*corporat value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi, tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines (Visser & Elkington, 2016) yang terkenal dengan “*The Triple Botton Line*” menyatakan bahwa, jika perusahaan ingin sustainable maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan hanya profit, namun juga harus dapat memberikan kontribusi terhadap masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Dalam rangka memenuhi tuntutan meningkatkan nilai perusahaan menjadi lebih baik dibutuhkan relasi yang baik antara masyarakat, investor, dan karyawan tersebut. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan interaksi antara perusahaan dan lingkungan, karena lingkungan memberikan kontribusi bagi kelangsungan perusahaan dan juga kesejahteraan sosial. Dengan melakukan

tanggung jawab sosial, perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya dimana biaya ini nantinya akan menjadi beban dan mengurangi pendapatan yang diperoleh perusahaan dan juga akan mengurangi tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan (Prasetyo & Darmayanti, 2015). *Corporate Social Responsibility* tidak hanya menambah biaya namun dapat berguna sebagai alat pemasaran bagi perusahaan apabila CSR dilaksanakan berkesinambungan (Wulandari et al., 2016).

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Sofiamira & Haryono, 2017) yang berjudul “*Capital Expenditure, Leverage, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility: Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan*”. Perbedaan nya dengan penelitian ini adalah pada variabel Independent, penelitian ini tidak menggunakan *Leverage*. Serta sampel penelitian yang dilakukan (Sofiamira & Haryono, 2017) adalah perusahaan sektor yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014 sedangkan sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019.

Melalui pelaksanaan CSR dan GCG, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan, masyarakat, investasi sosial perusahaan, kinerja keuangan perusahaan dan akses capital serta citra perusahaan di mata publik menjadi baik. Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya pertanggung jawaban sosial perusahaan (CSR) sehingga diperlukannya tata kelola usaha yang baik (GCG).

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pembelanjaan aset dapat mempengaruhi kinerja dan nilai dari perusahaan
2. Bagaimana manajemen perusahaan meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan.
3. Bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan membentuk kinerja perusahaan sehingga mempengaruhi nilai perusahaan.
4. Faktor non keuangan yang mempengaruhi nilai perusahaan.
5. Dengan adanya *Capital expenditure* di rasa mampu membantu perusahaan dalam pengelolaan perusahaan terutama dalam hal keuangan yang mungkin akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6. Bagaimana kebijakan internal perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal ini nilai perusahaan yang berlandaskan tanggung jawab sosial perusahaan.
7. Ketidaktepatan investasi yang mengakibatkan penurunan nilai perusahaan

1.4 Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan permasalahan serta data yang akan dibahas dan di kumpulkan dalam penelitian ini, maka perlu adanya pembahasan masalah. Mengingat banyak faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan didalam lingkungan perusahaan. Untuk itu penulis membatasi penelitian pada faktor *Capital Expenditure*, *Good Corporate Governance*, dan *Corporate*

Social Responsibility. Penulis juga memiliki batasan masalah mengenai waktu penelitian yang dilakukan selama masa pandemi COVID-19 tahun 2020 sampai awal 2021, serta nominal perusahaan manufaktur tahun 2015-2019 yang diteliti.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Capital Expenditure* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?
2. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?
4. Bagaimana pengaruh *Capital Expenditure, Good Corporate Governance, dan Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

1. Menentukan pengaruh *Capital Expenditure* terhadap nilai perusahaan

2. Menentukan pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.
3. Menentukan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
4. Menentukan pengaruh *Capital Expenditure, Good Corporate Governance, dan Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian yang akan di peroleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Sebagai referensi bagi mahasiswa lain untuk melakukan penelitian yang materinya berhubungan dengan *Capital Expenditure, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility*, terhadap Nilai Perusahaan.

Dijadikan sebagai gambaran atau panduan didalam penelitiannya dan dijadikan sebagai motivasi untuk meneliti dengan lebih baik tentang penambahan modal dari manajemen untuk menunjang pertumbuhan penjualan perusahaan, pengelolaan perusahaan yang baik, serta kebijakan dilakukan oleh perusahaan didalam rumah tangga perusahaannya sendiri.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan bermanfaat bagi peneliti dalam menilai perusahaan yang baik dari segi penanaman modalnya, kebijakan yang di atur serta bagaimana pengelolaan perusahaan yang baik, juga digunakan untuk memperluas wawasan (ilmu pengetahuan) Akademis dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya dan pengimplementasian apa yang kita teliti saat ini kedalam dunia perkerjaan.

3. Bagi Pihak lain

Penelitian bisa menjadi sumber referensi dan study pustaka jika ingin mengambil topik mengenai hal – hal tentang *Capital Expenditure*, Nilai Perusahaan, *Good Corporate Governance*, dan *Corporate Social Responsibility*.