

BAB I

PENDAHULUAN

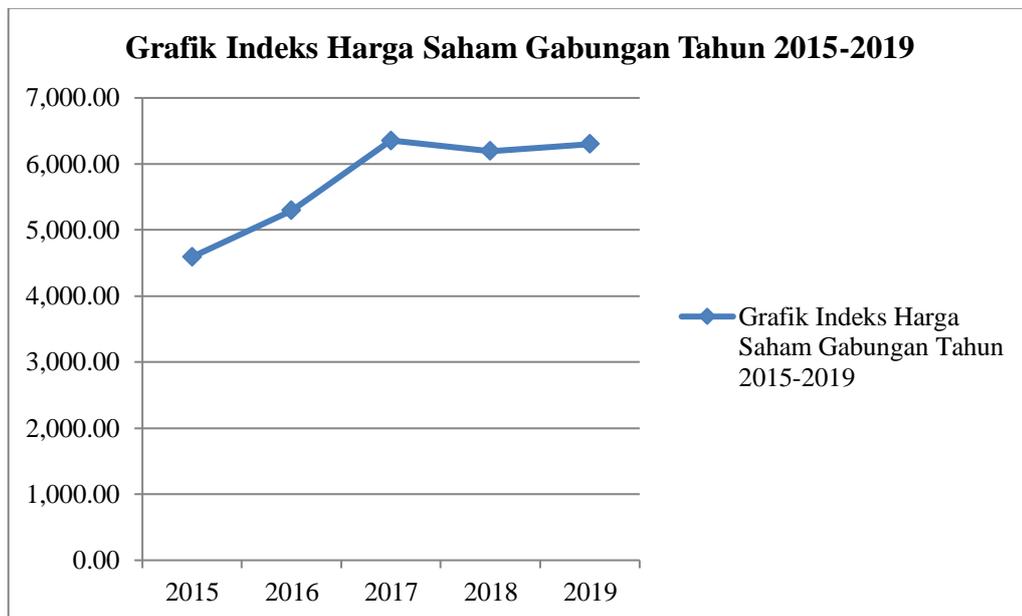
1.1 Latar Belakang

Tujuan utama perusahaan berdiri adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Bila harga saham meningkat, berarti nilai perusahaan meningkat dan kesejahteraan pemilik meningkat [1]. Tujuan perusahaan jangka pendek yaitu mendapatkan laba maksimal dengan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan [2]. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi dan keuntungan yang tinggi bagi pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan pengetahuan investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya. Pasar akan percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini tetapi juga pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang dengan adanya peningkatan nilai perusahaan [3].

Menurut [4], nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dikatakan secara riil karena terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para penjual (*emiten*) dan para investor, atau sering disebut sebagai ekuilibrium pasar. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar di sebut sebagai konsep nilai perusahaan [5].

Gambar 1.1 Indeks Harga Saham Gabungan pada Perusahaan Bursa Efek Indonesia



Sumber: www.ojk.go.id

Berdasarkan grafik diatas, dapat kita lihat bahwa harga saham dari tahun 2015-2019 berfluktuatif. Pada tahun 2015 harga saham sebesar Rp. 4.593,008, pada tahun 2016 harga saham mengalami kenaikan sebesar Rp. 5.296,711, pada

tahun 2017 harga saham mengalami kenaikan sebesar Rp. 6.355,654, tetapi pada tahun 2018 harga saham mengalami penurunan sebesar Rp. 6.194,489, dan pada tahun 2019 harga saham mengalami kenaikan lagi sebesar Rp. 6.299,549. Karena harga saham berfluktuatif maka hal tersebut berpengaruh pada nilai pemegang saham. Pengaruhnya adalah menurunnya nilai pemegang saham. Ketika nilai pemegang saham mengalami penurunan maka berakibatkan juga pada menurunnya nilai perusahaan tersebut. Oleh sebab itu perusahaan harus melakukan berbagai upaya agar nilai perusahaan bisa meningkat lagi.

Bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan salah satunya adalah penerapan *good corporate governance*. *Good Corporate Governance* merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholders*. Sedangkan menurut FCGI, *good corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan pemegang saham, pengurus (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 [6].

Penelitian mengenai pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan pernah dilakukan dengan menunjukkan bahwa *good corporate governance* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan [7].

Diversifikasi merupakan strategi perusahaan pada tingkat korporasi yang dilakukan agar mendapatkan keunggulan dalam bersaing, serta kemampuan

menciptakan nilai perusahaan diatas rata-rata pesaing, dengan melakukan pemilihan dan pengelolaan bisnis maupun usaha yang berbeda, yang bersaing dalam sebuah industri ataupun pasar produk yang berbeda [8]. Menurut [4], terdapat tiga alasan mengapa suatu perusahaan melakukan diversifikasi. Alasan pertama dilihat dari pandangan kekuatan pasar (*market power theory*) menyatakan bahwa strategi diversifikasi dapat meningkatkan pangsa pasar dan mengurangi kompetisi, sehingga berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Alasan kedua dilihat dari pandangan sumber daya (*resource based view*) yang menyatakan bahwa diversifikasi dilakukan karena adanya kelebihan sumber daya yang ingin dimanfaatkan. Alasan ketiga dilihat dari pandangan keagenan (*agency view*) yang melihat bahwa diversifikasi merupakan salah satu alat yang dapat dipergunakan untuk meningkatkan laba. Ketika pengelola melakukan diversifikasi kegiatan usaha sesuai dengan kepentingan pemegang saham, ini membantu meningkatkan kekayaan pemegang saham dan karena itu akan secara langsung meningkatkan nilai perusahaan [9].

Penelitian mengenai pengaruh strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan pernah dilakukan dengan menemukan bahwa hasil menunjukkan strategi diversifikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan [10]. Penelitian lainya juga menemukan bahwa strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh corporate governance dengan menggunakan alat ukur laporan CGPI menunjukkan hasil *corporate governance* dapat memoderasi pengaruh antara strategi divesifikasi terhadap nilai perusahaan [8].

Intellectual Capital (IC) adalah materi intelektual yang telah diformalisasikan, ditangkap, dan dimanfaatkan untuk memproduksi aset yang nilainya lebih tinggi. IC diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu memanfaatkan modal intelektualnya secara efisien, maka nilai pasarnya akan meningkat. Investor akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang rendah. IC memiliki tiga komponen, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed*. Ketiga komponen IC dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan nilai perusahaan [11]

Intellectual capital diukur dengan menggunakan model pulik berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian dalam konteks negara Indonesia menyatakan bahwa *intellectual capital* yang diukur dengan menggunakan model pulik berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [12].

Penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan pernah dilakukan dengan hasil menunjukkan *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [8]. Hasil ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian yang menemukan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [11].

Corporate social responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor yang saat ini perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-

kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka image perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat [13].

Menurut [14], tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan bagi *stakeholders* sehingga perusahaan mendapat keuntungan reputasi atau pengakuan sehingga peran pemangku kepentingan dalam perusahaan dapat membantu dalam menjalankan perusahaan kegiatan operasional dan akibatnya akan berdampak atas keuntungan yang diperoleh.

Penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pernah dilakukan dengan hasil menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan [13]. Penelitian lainya juga menemukan bahwa *corporate social responsibility* secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [15]. Hasil ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian yang menemukan bahwa *CSR Disclosure* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan [16].

Bedasarkan latar belakang masalah dan penelitian terdahulu diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Diversifikasi, Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Corporate Governance pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Bedasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis dapat merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Nilai perusahaan yang rendah dapat disebabkan oleh kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan.
2. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
3. Nilai perusahaan yang rendah dapat disebabkan oleh *corporate governance* yang tidak diterapkan dengan baik.
4. Untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan menerapkan strategi diversifikasi, *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* pada perusahaan.
5. Mengidentifikasi apakah adanya hubungan yang signifikan antara strategi diversifikasi, *intellectual capital*, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk mengetahui pengaruh penerapan strategi diversifikasi dan *intellectual capital* untuk meningkatkan nilai perusahaan.
7. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *corporate social responsibility* untuk meningkatkan nilai perusahaan.
8. Mengidentifikasi apakah adanya pengaruh strategi diversifikasi, *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang di moderasi oleh *corporate governance*.

1.3 Batasan Masalah

Bedasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis menetapkan batasaana masalah agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah. Maka penulis hanya akan meneliti mengenai strategi diversifikasi, *intellectual capital*, *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *corporate governance* perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) Periode 2015-2019.

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan dari uraian latar belakan diatas, maka permasalahan yang dapat disimpulkan adalah:

1. Apakah strategi diversifikasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *corporate governance* memoderasi pengaruh strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *corporate governance* memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah *corporate governance* memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan yang dapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui *corporate governance* memoderasi pengaruh strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui *corporate governance* memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk mengetahui *corporate governance* memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah berupa pengetahuan dan wawasan mengenai strategi diversifikasi, *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel moderasi.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan masukan bagi perusahaan dalam melakukan penerapan strategi diversifikasi, *intlectual capital* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel moderasi. Agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan masukan dan referensi untuk membantu para mahasiswa selanjutnya dalam melakukan kajian dan penelitian dengan pokok permasalahan yang sama serta sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya.