

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

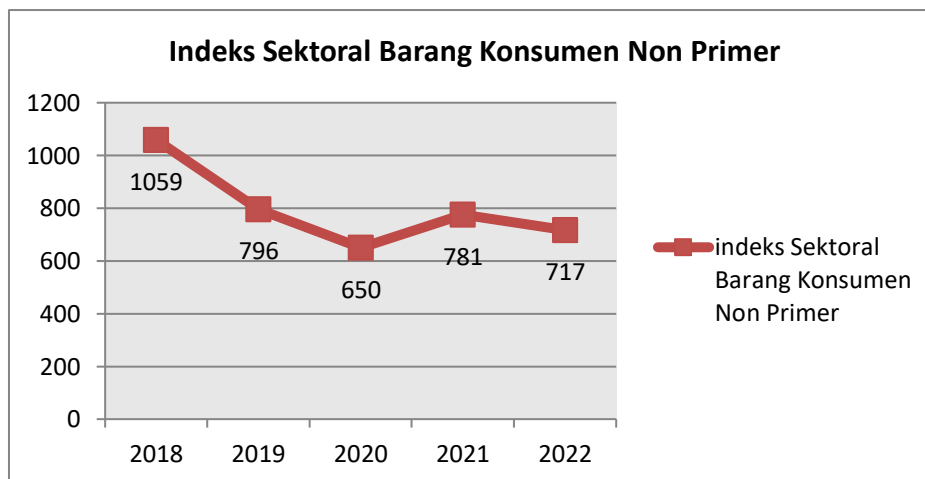
Nilai perusahaan merupakan bentuk pencapaian perusahaan yang bersumber dari tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan yang melalui proses kegiatan sangat panjang berawal dari berdirinya perusahaan hingga kondisi perusahaan saat ini (Venolika et al., 2022). Setiap perusahaan yang didirikan pasti memiliki tujuan yang akan dicapai, dalam kegiatan operasionalnya perusahaan tentu menetapkan Visi, Misi dan Strategi yang digunakan selama proses untuk dapat mencapai tujuannya. Salah satu tujuan perusahaan menurut Suad Husnan (2018:6) secara normatif adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan agar dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan. Nilai perusahaan umumnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya yaitu harga pasar perusahaan, karena penilaian investor atas keseluruhan setiap ekuitas yang dimiliki mencerminkan harga pasar saham. Harga pasar saham mengindikasikan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar, harga pasar saham juga bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan (Laiya et al., 2023). Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham yang stabil dan terus mengalami kenaikan dalam jangka panjang. Jika terjadi penurunan nilai perusahaan tentu akan mempengaruhi harga saham dan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Dengan tingginya harga saham perusahaan mengindikasikan nilai perusahaan juga tinggi, yang mana dapat memberi gambaran atas prospek perusahaan pada masa mendatang (Abbas, Dillah, & Sutardji, 2021). Peningkatan nilai perusahaan yang signifikan juga menandakan bahwa perusahaan mampu bertahan dalam jangka panjang.

Dalam konteks ini jika melihat dari kinerja sektoral yang tercermin dari rilis kinerja keuangan terdapat beberapa emiten pada sektor barang konsumen non primer yang sebagian besar tidak mencatatkan peningkatan yang signifikan untuk tahun 2022. Saham-saham sektor konsumen non primer atau *consumer*

cyclical mendominasi daftar emiten dalam pemantauan khusus Bursa Efek Indonesia (BEI). Lini bisnis sektor konsumen non primer rawan tertekan fluktuasi ekonomi, terlebih saat pandemi dalam dua tahun terakhir seperti pada tabel dibawah, penurunan paling dalam indeks sektoral barang konsumen non primer terjadi pada tahun 2020 namun sempat mengalami kenaikan pada tahun berikutnya hingga mengalami penurunan kembali yang disebabkan oleh inflasi tinggi ditahun 2022 (Bisnis.com). Beberapa emiten di sektor barang konsumen terhambat oleh gejolak perekonomian pada 2022 juga berdampak negatif pada saham – saham sektor barang konsumen non primer sehingga terdapat fenomena *unusual market activity*.

Gambar 1.1

Indeks Sektoral Barang Konsumen Non Primer



Sumber : (Data Diolah, www.idx.co.id)

Fenomena penurunan nilai perusahaan ditahun 2022 terjadi pada beberapa sektor barang konsumen non primer, yaitu pada PT Damai Sejahtera Abadi Tbk. (UFOE). PT Damai Sejahtera Abadi Tbk menginformasikan bahwa terdapat penurunan harga saham yang di luar kebiasaan (*Unusual Market Activity*). Emiten sektor barang konsumen non-primer ini mencatatkan penurunan saham sebesar 84,98% (ytd) menjadi Rp244 per saham dari sebelumnya Rp1.625 per saham. Kapitalisasi pasar UFOE juga menurun 84,98% (ytd) menjadi Rp558,15 miliar

dari sebelumnya Rp3,72 triliun. Indeks sektor barang konsumen non-primer ditutup melemah 7,48% ke level 717. Pelemahan ini juga terdapat pada emiten PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk. (BIMA) yang anjlok 6,98% ke Rp240. Lalu, PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk. (MAPA) ambles 6,95% ke Rp2.410. Setelahnya ada PT Arkadia Digita Media Tbk. (DIGI) yang turun 6,72% ke Rp111 (Data Indonesia.id). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat ketidakstabilan harga saham yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena nilai perusahaan yang baik yaitu semakin tinggi harga sahamnya maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Selain itu nilai perusahaan juga dapat dilihat dari ukuran perusahaan, profitabilitas, modal intelektual, *corporate governance* dan juga *enterprise risk management*. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu harga saham, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan juga kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance*. *The forum for corporate governance in Indonesia* (FCGI) mendefinisikan tata kelola perusahaan sebagai “kontrol atas sistem perusahaan”, atau seperangkat pengaturan yang digunakan untuk mengatur hak dan kewajiban antara pemegang, manajer, kreditur, karyawan, pemerintah, dan pemangku kepentingan pihak internal dan eksternal lainnya. *Good corporate governance* juga dianggap meningkatkan nilai perusahaan dengan menjalin kerjasama dengan investor untuk mencapai tingkat keberhasilan perusahaan. Kepercayaan pasar tidak dilihat dari kinerja perusahaan saja, tetapi investor merancang prospek perusahaan dimasa mendatang (Putranto et al., 2022). *Good Corporate Governance* berupa sistem yang dirancang dalam rangka pengoptimalan proses pengurusan perusahaan. Terdapat beberapa mekanisme yang dipertimbangkan perusahaan saat membahas GCG seperti komisaris independen, dewan direksi, komite audit, kepemilikan institusional, serta kepemilikan manajerial (Sari & Pratiwi, 2023). Board diversity dan CEO ownership juga memiliki peran penting dalam mekanisme tata kelola perusahaan dalam peningkatan nilai perusahaan (Ben Fatma & Chouaibi, 2023).

Berbagai penelitian mengenai pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan telah dilakukan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Indrastuti, 2021) dan (Harun et al., 2020) menyatakan bahwa GCG yang terdiri dari komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dewan direksi dan komite audit berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Disamping penelitian tersebut menurut penelitian (Prasetyo et al., 2020) dan (Jadara University, Irbid, Jordan & Maswadeh, 2021) menunjukkan pengaruh negatif signifikan antara mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan.

Sejumlah riset tentang nilai perusahaan yang diantaranya dilakukan oleh (Sitohang & Manik, 2021) menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel *intellectual capital*. Informasi tentang aset tidak berwujud, seperti *intellectual capital* merupakan sumber daya immaterial sebagai aset data dan informasi yang mampu meningkatkan intensitas dan lebih mengembangkan pelaksanaan organisasi. Jika modal intelektual perusahaan tumbuh pada tingkat yang sama dengan modal fisik dan keuangannya, ia dapat bertahan dalam persaingan global yang ketat (Raihan et al., 2020). *Intellectual capital* (IC) atau modal intelektual sangat diperlukan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan. Apabila pengelolaan serta pemanfaatan *intellectual capital* dilaksanakan dengan efisien dan efektif akan memberikan keunggulan kompetitif serta meningkatkan kinerja jangka panjangnya yang kemudian hal tersebut dapat menciptakan kenaikan pada nilai perusahaan (Indah Sari & Gantino, 2023). Sangat erat kaitannya dengan pernyataan dari *resource based teory* yang mengungkapkan bahwa perusahaan akan memperoleh keunggulan bersaing yang menggunakan sumber daya yang dimiliki, termasuk modal intelektual di mana berkaitan dengan *Human Capital* (HC), *Structural Capital* (SC), dan *Relation Capital* (RC) untuk mengingatkan perusahaan akan pentingnya mengelola modal intelektual mereka (Anindia et al, 2023).

Dalam mengemukakan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan digunakan *value added*

intellectual coefficient (VAICTM). Komponen utama dari VAICTM dapat dilihat dari sumber daya perusahaan, *physical capital* (VAIC-value added capital employed), *human capital* (VAHU-value added human capital), dan *structural capital* (STVA-structural capital value added) (Wiryawati et al., 2022). Pada prinsipnya, kapabilitas dari suatu perusahaan berpedoman pada *intellectual capital* sehingga sumber daya yang ada bisa membuat nilai tambah dan menghasilkan kinerja perusahaan yang efisien dan efektif (Rasyid, 2017). Semakin besar nilai *intellectual capital* yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka semakin efisien penggunaan sumber daya perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan (Rahayu, 2021). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Heryana et al., 2020) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* yang meliputi VACA, VAHU dan STVA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maharani, 2023) hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *intellectual capital* secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan serta penelitian yang dilakukan oleh (Fivi et al., 2020) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut *Commite of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* (COSO) (2020) banyak terdapat ketidakpastian pasar yang dihadapi perusahaan sehingga saat proses pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan dapat memuat risiko. Maka, dibutuhkan sebuah sistem manajemen risiko secara menyeluruh dan terintegrasi yang disebut *dengan enterprise risk management* (ERM) (COSO, 2020). ERM didefinisikan sebagai proses yang dipengaruhi oleh Dewan Direksi, manajemen, personel entitas diterapkan pada penetapan strategi pada seluruh bagian perusahaan, digunakan untuk mengidentifikasi kejadian potensial yang dapat mempengaruhi entitas dan mengelola risiko untuk memberikan keyakinan yang memadai terhadap pencapaian tujuan entitas (COSO, 2017). Manajemen risiko perusahaan atau *enterprise risk management* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena berisi tentang informasi manajemen risiko yang dilakukan di perusahaan dan

pengaruhnya terhadap masa depan perusahaan (brainata et al, 2023). Nilai perusahaan akan semakin baik jika pengungkapan perusahaan digambarkan dengan baik. Dalam mengambil sebuah keputusan, investor juga dipengaruhi oleh faktor risiko bisnis dan taraf situasi yang ketat antar perusahaan sehingga faktor non finansial juga menjadi pilihan penting. Dengan *enterprise risk management* yang baik tentu manajemen perusahaan dapat terintegrasi dan meminimalisir resiko yang ada (Namira, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh (Anggreini & Yuyetta, n.d.), (Brainata, 2023) menyatakan bahwa ERM memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan (cristofel&kurniawati, 2021) dan (siska pusp, 2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan manajemen risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sektor barang konsumen non-primer merupakan industri yang mencakup perusahaan melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen namun untuk barang yang bersifat sekunder. Berdasarkan dari fenomena yang dipaparkan diatas bahwa terdapat penurunan harga saham yang terjadi pada sektor barang konsumen non-primer yang tercatat di Bursa Efek Indonesia menjadi fokus penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang masih terdapat perbedaan hal ini yang melatarbelakangi penulis melakukan penelitian untuk diteliti lebih lanjut. Dengan itu judul penelitian ini adalah “PENGARUH GCG, *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN ERM TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN NON - PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018 - 2022”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan pada latar belakang diatas, maka perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen non-primer ?

2. Apakah *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen non-primer ?
3. Apakah *enterprise risk management* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen non-primer ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Good Corporate Governance, intellectual capital, Enterprise Risk Management dan Nilai Perusahaan adalah subjek yang dibahas dalam penelitian ini.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.3.3 Ruang lingkup Waktu

Ruang lingkup penelitian ini disesuaikan dengan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan mulai Oktober 2023 hingga selesai. Periode 2018-2022 adalah yang digunakan dalam penelitian ini.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu.

1. Untuk menganalisis pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen non-primer di bursa efek Indonesia
2. Untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen non-primer di bursa efek Indonesia
3. Untuk menganalisis pengaruh *enterprise risk management* terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen non-primer di bursa efek Indonesia

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan sebagai informasi terkait dengan kondisi perusahaan dan bahan pertimbangan yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan investasi di masa mendatang.

1.5.2 Bagi Emiten

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi, masukan atau pertimbangan bagi pihak manajemen dan pemilik perusahaan atau pemegang saham dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan nilai perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan GCG, *Intellectual Capital* serta ERM.

1.5.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan mengangkat tema yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini memberikan informasi mengenai latar belakang tentang masalah yang dihadapi perusahaan dan bagaimana hal itu terjadi. Ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian serta manfaat penelitian dan sistematikanya.

Bab II Landasan Teori

Landasan teori dan tinjauan empiris yang berkaitan dengan masalah yang diteliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis dibahas dalam bab ini.

Bab III Metode Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian. Populasi dan sampel, Sumber data, variable penelitian,

operasional variable, Teknik analisis data, Uji persyaratan, Metode analisis data, Teknik analisis data Dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan teori dan metode yang dibahas pada bab II dan III, pada bab ini dilakukan penelitian dan pembahasan.

Bab V Simpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian dan pembahasan pada bab IV, bab ini berisikan saran dan kesimpulan.