

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penyebaran virus *Coronavirus Disease-2019* (Covid-19) mewabah di hampir setiap wilayah di dunia. Kasus pertama di Indonesia diumumkan pada tanggal 2 Maret 2020 (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2020). Seminggu berikutnya, tepatnya pada tanggal 11 Maret 2020, Covid-19 ditetapkan sebagai pandemi global oleh WHO (WHO, 2020). Kedua pengumuman mengenai Covid-19 tersebut terjadi pada triwulan pertama tahun 2020. Dilansir melalui situs web WHO (2020), per tanggal 20 Mei 2021, terdapat peningkatan sebanyak 638.247 kasus terkonfirmasi positif dalam kurun waktu 24 jam terakhir dengan jumlah kumulatif kasus sebanyak 164.523.894 kasus. Sementara itu, dampak Covid-19 yang mematikan dapat diketahui dari jumlah kematian yang disebabkan oleh penyakit ini. Sampai dengan tanggal 20 Mei 2021 terdapat 3.412.032 kematian akibat Covid-19 atau 2,07% dari jumlah kumulatif kasus terkonfirmasi positif.

Akibat tingkat penyebaran dan tingkat keparahannya, WHO memberikan rekomendasi untuk menerapkan penjarakan sosial, termasuk pada negara yang tidak terdapat kasus terkonfirmasi (Cucinotta & Vanelli, 2020). Sehubungan dengan rekomendasi dari WHO tersebut, pembatasan sosial berskala besar (PSBB)

diberlakukan di Indonesia melalui penetapan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 pada tanggal 31 Maret 2020. Penerapan PSBB salah satunya berdampak kepada operasional perusahaan karena menyebabkan penurunan, bahkan pemberhentian, aktivitas ekonomi perusahaan selama pandemi (Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, 2020). Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia (2020) turut melakukan survei untuk mengetahui implikasi dari pandemi terhadap perusahaan. Hasil survei menunjukkan bahwa 88% perusahaan di Indonesia terdampak pandemi yang mengakibatkan perusahaan umumnya dalam keadaan merugi. Hal ini disebabkan oleh adanya penurunan permintaan yang berakibat pada penurunan penjualan yang menyebabkan terjadinya penurunan produksi. Semua perusahaan terdampak oleh adanya Pandemi Covid-19, tak terkecuali perusahaan defensif.

Perusahaan defensif (*defensive company*) mengacu pada perusahaan yang penjualan dan kinerjanya tidak terpengaruh dengan kondisi perekonomian dunia ataupun nasional. Perusahaan defensif adalah perusahaan yang paling sedikit dipengaruhi oleh siklus ekonomi, baik resesi maupun ekspansi. Produk yang dihasilkan perusahaan defensif adalah kebutuhan primer, yaitu produk kebutuhan sehari-hari yang kebutuhannya tidak dapat ditunda. Artinya, walaupun terjadi gejolak perekonomian, konsumen akan tetap membeli produk perusahaan tersebut karena produk tersebut merupakan produk yang selalu dibutuhkan (Hapsari, 2014). Salah satu contoh dari perusahaan defensif adalah perusahaan industri makanan dan minuman (*food and beverages*). Perusahaan makanan dan minuman (*food and beverages*) adalah subsektor dari industri barang konsumsi (Prakoso,

2020). Industri makanan dan minuman dikategorikan sebagai perusahaan defensif karena perusahaan tersebut bersifat inelastik, artinya apapun yang terjadi dengan ekonomi, konsumen akan tetapi membeli produk tersebut dalam jumlah yang relatif tidak berubah (Selvina et al., 2019).

Pada tahun 2019 perusahaan subsektor makanan dan minuman mengalami peningkatan pertumbuhan ekonomi sekitar 7,72%. Namun, ditahun 2020 perusahaan mengalami penurunan seperti pada perusahaan PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) mengalami penurunan sekitar 19% atau Rp102.000.000.000.000, pada perusahaan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) mengalami penurunan sekitar 1,75% atau Rp2.24.000.000.000.000, penurunan penjualan tertinggi dialami oleh PT FKS Food Sejahtera (AISA) sebesar 15,04% yakni dari Rp1.510.000.000.000.000 pada 2019 menjadi Rp1.280.000.000.000.000 pada 2020. Sedangkan penurunan penjualan terkecil dialami oleh Mayora sebesar 2,2%. Sementara, PT Nippon Indosari (ROTI) mencatat kerugian cukup besar pada 2020 (Kontan.Co.Id, 2023).

Hal tersebut menunjukkan bahwa pada dasarnya, dalam industri *food and beverages* beberapa perusahaan ada yang mengalami kenaikan dan penurunan. Sepanjang tahun 2020, kinerja industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang positif dan lebih baik dari beberapa sektor industri yang lain yang mengalami kinerja negatif, namun pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2020 masih lebih kecil dibandingkan pertumbuhan industri makanan dan minuma pada tahun 2019 dan sebelum-sebelumnya.

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat dari waktu ke waktu membuat perusahaan saat ini mengalami inovasi yang pesat pula serta persaingan yang begitu ketat. Perusahaan dituntut agar bisa memberikan kinerja terbaik pada para *stakeholder* agar tetap dapat memberikan manfaat kepada *stakeholdernya*. Perusahaan memiliki beberapa tujuan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, diantaranya yakni, mencapai keuntungan yang maksimal dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Kedua tujuan perusahaan tersebut tidak banyak berbeda secara substansial, namun perusahaan memfokuskan pada tujuan jangka panjang yang menjadi prioritas suatu perusahaan, yakni peningkatan nilai perusahaan (Harjito dan Martono, 2005:2). Melalui peningkatan nilai perusahaan, dapat mensejahterakan para pemegang saham sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang jelas terlihat kaitannya dengan harga saham (Sambora, Handayani dan Rahayu, 2014). Harga saham yang tinggi otomatis akan menyebabkan nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi tentu akan menyebabkan pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini saja, tapi juga pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Good Corporate Governance (GCG) atau tata kelola perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. GCG dikatakan mampu meningkatkan nilai perusahaan disebabkan oleh adanya GCG, perusahaan diharapkan dapat mempunyai kinerja yang baik sehingga mampu menciptakan keuntungan bagi para pemilik perusahaan atau pemegang saham

(Amanti, 2012). Tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan suatu sistem pengelolaan yang dirancang untuk meningkatkan kinerja perusahaan, melindungi kepentingan *stakeholders*, dan meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan serta nilai-nilai etika yang berlaku secara umum (Faozan, 2013). Indikator GCG yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, dan Komite Audit.

Definisi Kepemilikan Institusional menurut Lestari dan Ghani (2020) adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain. Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Morck, Shleifer dan Vishny (1986) berpendapat bahwa kepemilikan institusional yang cukup besar akan mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar tingkat kepemilikan saham oleh institusi, maka semakin efektif dan efisien kontrol terhadap kinerja manajemen Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar yakni lebih dari 5% mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor perusahaan. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aset perusahaan (Hanifah dan Purwanto, 2013). Proporsi kepemilikan institusional bertindak sebagai pencegahan yang dilakukan oleh manajemen. Nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya produktivitas perusahaan. Peningkatan produktivitas dari perusahaan dapat dilihat dari kemampuan manajemen menghasilkan laba yang

tinggi sehingga menjadi sinyal positif bagi pasar dan akan meningkatkan harga saham. Biaya keagenan yang timbul dalam hubungan antara manajer dan pemilik dapat diminimalisir yakni dengan cara meningkatkan kepemilikan institusional, dengan harapan setiap keputusan manajemen akan selalu terkontrol dan sesuai dengan keinginan pemilik. Peningkatan yang dilakukan pada kepemilikan institusional akan mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerjanya sehingga akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sesuai hipotesis yaitu menurut Lestari dan Ghani (2020) bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan penelitian menurut Yusef, Masitoh dan Astungkara (2021) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Komisaris Independen adalah anggota dewan yang tidak memiliki hubungan yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak secara independen dengan anggota dewan lainnya maupun dengan para investor. Setiap perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia wajib memiliki komisaris independen yang jumlahnya sekurang-kurangnya 30% dari jumlah seluruh anggota komisaris tertera dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 tentang direksi dan dewan komisaris emiten atau perusahaan publik pasal 20 ayat 3, yaitu: Komisaris Independen terdiri dari 2 (dua) orang anggota Dewan Komisaris, jumlah komisaris independen wajib sekurang-kurangnya 30% dari jumlah anggota Komisaris.

Semakin banyak Komisaris Independen di dalam perusahaan, semakin

baik perusahaan itu karena proses pengawasan terhadap laporan keuangan akan semakin baik pula dan terhindar dari terjadinya kecurangan. Pengawasan yang lebih efektif akan membuat perusahaan makin baik karena akan meningkatkan kinerja manajemen. Kinerja manajemen yang meningkat diharapkan akan meningkatkan produktivitas penjualan perusahaan yang otomatis akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Apabila pendapatan perusahaan meningkat, maka akan menarik investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Semakin banyak investor yang tertarik, maka akan meningkatkan permintaan atas saham, dimana peningkatan permintaan akan saham dapat meningkatkan harga saham.

Harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja keuangan perusahaan yang sangat penting untuk mengetahui nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sesuai hipotesis komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu menurut Maryanti dan Fithri (2017), komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tidak sejalan dengan Sunardi (2019) yakni komisaris independen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Komite Audit merupakan komite yang ditugaskan untuk membantu dewan komisaris mengawasi kegiatan keuangan perusahaan, pengendalian internal yang dilakukan oleh perusahaan terkait operasional maupun keuangan, serta terlibat langsung dalam proses pemilihan auditor eksternal yang akan digunakan perusahaan dalam kurun waktu tertentu (Yusmaniarti, Febriyanti dan Astuti,

2020). Komite Audit adalah penghubung antara manajemen perusahaan dengan pihak perusahaan yaitu pihak eksternal maupun dewan komisaris, dimana komite audit melakukan usaha dalam pengelolaan dan pengawasan perusahaan sebagai usaha perbaikan terhadap kinerja perusahaan yang akan berpengaruh pula pada nilai perusahaan (Mayangsari, 2018). Salah satu tugas komite audit adalah melakukan audit terhadap kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan yang dilaporkan melalui laporan keuangan. Adanya komite audit pada perusahaan akan meminimalkan manajemen untuk tidak membuat laporan yang tidak sesuai dengan standar maupun kegiatan yang sesungguhnya, seperti manipulasi angka. Dengan demikian, manajemen akan berusaha semaksimal mungkin menjaga maupun meningkatkan kinerjanya dan diharapkan penjualan perusahaan dapat maksimal yang dapat meningkatkan laba. Laba yang meningkat akan menjadi sinyal baik bagi investor sekaligus menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan cara membeli saham perusahaan. Semakin banyak permintaan terhadap perusahaan maka harga saham meningkat, harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi, karena harga saham merupakan cerminan dari nilai perusahaan

Pembentukan komite audit ini juga diharapkan dapat membantu mengurangi terjadinya konflik agensi (*agency conflict*) dalam perusahaan, karena komite audit memiliki peranan penting sebagai pihak ketiga yang bertugas mengawasi pihak manajemen agar tidak melakukan kecurangan dalam laporan keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan peraturan tentang pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit, pada pasal 4 tertera

bahwa “Komite audit paling sedikit terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan Pihak dari luar Emiten atau Perusahaan Publik”(Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Sejalan dengan peraturan OJK tersebut, perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kembali komite audit yang akan dibentuk dalam suatu perusahaan. Hal ini disebabkan terdapat beberapa perusahaan membentuk komite audit yang didasari sebatas untuk pemenuhan kewajiban terhadap peraturan yang berlaku saja, sehingga mengakibatkan peran komite audit dalam memonitor kinerja manajemen menjadi kurang efektif. *Good Corporate Governance* dikhawatirkan tidak benar-benar ditegakkan dalam perusahaan, melainkan hanya untuk menghindari sanksi saja. Komite audit memiliki peranan yang penting dalam hal *monitoring* laporan keuangan perusahaan dan sebaiknya mempertimbangkan jumlah komite audit dalam suatu perusahaan. Semakin banyak komite audit yang dibentuk perusahaan, maka akan dapat mengurangi keefektifan kegiatan pengawasan tersebut. Anggota komite audit yang terlalu banyak dapat berakibat kurang baik bagi perusahaan karena akan ada banyak tugas atau pekerjaan yang terpecah sehingga menyebabkan anggota komite audit kurang fokus dalam menjalankan tugasnya dan juga menjadi kurang partisipatif. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Lestari dan Triyani (2017) yang memberikan konfirmasi empiris bahwa Komite Audit berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan tidak sejalan dengan hasil penelitian menurut Obradovich dan Gill (2013) yang menyatakan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan juga dapat dilakukan dengan aktivitas dari

Corporate Social Responsibility (CSR). CSR merupakan merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangan saja, tetapi juga terhadap sosial dan lingkungan sekitar agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Agustine, 2014). Dengan diterapkannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan akan menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* sehingga hal ini dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. CSR termasuk dalam bentuk tanggung jawab perusahaan dalam meminimalkan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Pengungkapan CSR diharapkan mampu memberikan sinyal positif kepada investor.

Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin baik pula citra perusahaan tersebut. Investor akan lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat diikuti dengan nilai perusahaan yang semakin tinggi (Wijaya dan Sumiati, 2017). Berdasarkan penelitian Masruroh dan Makaryanawati (2020) yakni pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tidak sejalan dengan penelitian Hapsari (2018) yang memberikan konfirmasi empiris bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain CSR, faktor profitabilitas juga dapat merupakan faktor yang dapat

mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas perusahaan (Sartono, 2010:122). Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor, karena secara otomatis akan menguntungkan investor. Kemampuan perusahaan yang besar untuk menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga menumbuhkan kepercayaan pada investor. Kepercayaan investor ini pada akhirnya dapat menjadi instrumen yang paling efektif untuk menaikkan harga saham perusahaan. Peningkatan harga saham sama artinya meningkatkan nilai perusahaan, sehingga lebih lanjut dapat menjamin kemakmuran pemegang saham. Jika perusahaan tidak memiliki kemampuan yang baik dalam menghasilkan laba, maka para investor akan ragu atau tidak percaya untuk menanamkan sahamnya. Ketidakpercayaan ini menjadi pemicu yang serius penurunan harga saham perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga akan menjadi jatuh.

Semakin tinggi tingkat profitabilitas, perusahaan yang menghasilkan laba yang lebih besar tentunya menunjukkan hasil kerja manajemen yang baik. Hal ini tentunya menjadi sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek yang cukup baik yang pada akhirnya akan menimbulkan kepercayaan investor. Kepercayaan investor inilah yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Pada penelitian Saputri dan Gio vanni (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian menurut Rizqia Muharramah dan Zulman Hakim (2021) berpendapat bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Terdapat perbedaan penelitian terdahulu antara penelitian satu dengan yang lainnya, maka penelitian saat ini mencoba untuk meneliti kembali secara komprehensif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial maupun secara simultan *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada masa pandemi Covid-19.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat diperoleh rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, dan Covid-19 secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah GCG yang diproksikan oleh Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah GCG yang diproksikan oleh Komisaris Independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah GCG yang diproksikan oleh Komite Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

6. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

7. Apakah Covid-19 berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan Covid-19 secara simultan terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk menganalisis pengaruh GCG yang diproksikan oleh Kepemilikan Institusional terhadap nilai perusahaan.

3. Untuk menganalisis pengaruh GCG yang diproksikan oleh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan.

4. Untuk menganalisis pengaruh GCG yang diproksikan oleh Komite Audit terhadap nilai perusahaan.

5. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

6. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

7. Untuk menganalisis pengaruh Covid-19 terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. **Bagi peneliti**

- a) Merupakan sarana belajar untuk menganalisis kondisi nyata, sehingga akan lebih meningkatkan pemahaman dari teori-teori diperkuliahan yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
- b) Memperluas wawasan dibidang keuangan, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Bagi perusahaan

- a) Mempunyai gambaran yang jelas mengenai pengaruh *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- b) Memberikan masukan mengenai kebijakan yang akan diambil perusahaan sebagai bahan pertimbangan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Menambah perbendaharaan dari hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang terkait dengan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

4. Bagi investor

- a) Menambah sumber informasi bagi investor sebelum menginvestasikan dananya pada perusahaan dengan melakukan penilaian pada nilai perusahaan perusahaan tersebut.

1.5. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, skripsi ini disusun dalam lima bab dengan sistematika sebagai

berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu dalam penelitian dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis meliputi rancangan penelitian, batasan masalah, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisa data.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN ANALISIS DATA

Bab ini mengemukakan tentang gambaran subyek penelitian serta analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjabarkan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.