

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara umum tujuan perusahaan dapat dibedakan menjadi tujuan ekonomi dan tujuan sosial. Tujuan ekonomi yaitu perusahaan berorientasi pada laba, menciptakan pelanggan dan menciptakan produk-produk untuk mengembangkan perusahaan tersebut. Sedangkan tujuan sosial yaitu perusahaan diharapkan untuk dapat memenuhi keinginan investor, karyawan, dan masyarakat sekitar. Tujuan sosial ini berbeda dengan lembaga sosial yang dinaungi oleh pemerintah yang bertujuan untuk kepentingan masyarakat umum. Dengan demikian yang membedakan perusahaan dengan lembaga sosial adalah prioritas perusahaan terhadap laba, lembaga sosial lebih memprioritaskan pada tanggungjawab sosial dibandingkan dengan laba.

Perusahaan yang berorientasi pada perolehan keuntungan umumnya akan memfokuskan kegiatan operasionalnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan ini dapat dikatakan sebagai harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh para calon investor sehingga ia mau membelinya, jika suatu perusahaan akan dijual. Untuk perusahaan yang sahamnya dijual ke masyarakat (*go public*), indikator nilai perusahaannya adalah harga saham yang diperjualbelikan di bursa efek. Nilai perusahaan sama dengan nilai saham, yaitu

jumlah lembar saham yang dikalikan dengan dengan nilai pasar per lembar ditambah dengan dengan nilai pasar utangnya.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi, dan juga meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya dilihat dari kinerja perusahaan saat ini, tapi juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan seringkali dikaitkan juga pada tujuan dan pencapaian suatu perusahaan, karena meningkatnya nilai suatu perusahaan merupakan prestasi bagi perusahaan tersebut karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik saham (investor) juga akan meningkat. Nilai perusahaan terlihat dari nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan dan nilai pasar utang. Peluang investasi di masa mendatang juga akan mendorong kenaikan nilai perusahaan. Tidak hanya itu, keputusan pendanaan, kebijakan deviden, keputusan investasi, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pergerakan nilai perusahaan.

Tidak hanya bagi pemegang saham, meningkatnya nilai perusahaan juga berdampak pada keberlangsungan kegiatan operasional perusahaan untuk jangka pendek yang memudahkan perusahaan untuk mendapatkan kreditur. Mudahnya perusahaan mendapatkan kreditur ini dapat dimanfaatkan untuk menambah modal dalam bentuk saham baru atau utang yang akan semakin meningkatkan nilai perusahaan.

Fenomena atau issue mengenai nilai perusahaan dapat terlihat pada IHSG yang menurun pada bulan Maret lalu. Kondisi global yang menekan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), tidak hanya berdampak pada kapitalisasi pasar tapi juga menurunnya nilai perusahaan, tetapi pengaruh lainnya yaitu beberapa emiten juga mengalami penurunan *right issue* dan *Initial public offering* (IPO) yang pada tahun lalu *right issue* dan *Initial public offering* (IPO) menyumbang banyak pada penjualan saham. Menurunnya IHSG yang mengakibatkan nilai perusahaan menurun ini diakibatkan oleh faktor eksternal yang tidak dapat dicegah oleh perusahaan. Peran para stakeholder sangat dibutuhkan pada kondisi seperti ini untuk tetap dapat bertahan dan perusahaan dalam keadaan stabil.

Nilai perusahaan dapat terancam akan terus menurun jika hal ini terjadi terlalu lama dan tidak adanya tindakan atau antisipasi dari masing-masing perusahaan. Menurunnya peminat para investor pada saham dan aksi korporasi seperti *right issue* dan IPO berdampak cukup signifikan terhadap penurunan nilai perusahaan, karena IPO dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mendapatkan modal tanpa adanya bunga.

Fenomena ini menjadi fenomena yang cukup menarik untuk diteliti karena dengan menurunnya IHSG yang diikuti dengan menurunnya nilai perusahaan sangat merugikan bagi perusahaan *go public*, yang bergantung pada nilai perusahaan untuk keberlanjutan operasional perusahaan. Semakin menurun nilai perusahaan suatu emiten maka potensi untuk bangkrut atau tidak dapat lagi menjual sahamnya pada masyarakat umum atau *go public* akan semakin besar.

Hal ini juga akan berdampak pada kondisi ekonomi suatu negara yang dapat menurun.

Menurun dan meningkatnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi dengan faktor-faktor sebagai berikut : Struktur kepemilikan, komposisi dewan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Struktur kepemilikan adalah proporsi kepemilikan institusional dan kepemilikan manajemen dalam kepemilikan saham perusahaan. Kepemilikan institusional yaitu saham yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri, dan semakin banyak saham yg dimiliki perusahaan maka akan mengurangi kemungkinan perusahaan untuk diakuisisi. Sedangkan kepemilikan manajerial merupakan saham yang dimiliki oleh para pihak manajemen.

Penelitian Maya Indah Pratiwi (2016) menunjukkan bahwa struktur kepemilikan merupakan bagian penting dalam meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dwi Sukirni (2012), Panu Prommin *et al* (2015), Zangina Isshaq *et al* (2009), Alfiarti Rahma (2014), Robert Eberhart (2012), Wahyu Budianto (2014), dan Rihab Grassa *et al* (2016). Namun berbeda dengan hasil penelitian Umi martini (2016) bahwa struktur kepemilikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sri Sofyaningsih (2011), Ni Putu Wida (2014), Abdul Rasyid (2015), Ali Sarafraz *et al* (2016), dan Laurensia Chintia Dewi (2014).

Komposisi dewan merupakan komposisi manajemen atas suatu perusahaan. Komposisi dewan ini dibagi menjadi dewan komisaris dan dewan direksi. Dewan direksi memiliki peran dalam mengelola perusahaan, sedangkan dewan komisaris yang berperan mengawasi dewan direksi dalam hal pengelolaan perusahaan. Dalam perusahaan swasta, dewan direksi dan dewan komisaris cenderung dipilih dengan hubungan kekerabatan atau kekeluargaan yang digabungkan dengan beberapa tenaga profesional dan memiliki karir gemilang dalam perusahaan itu sendiri.

Komposisi dewan dengan jumlah wanita lebih banyak dalam anggota dewan maka keputusan atau kebijakan yang diambil oleh manajemen atas akan lebih hati-hati dan penuh pertimbangan serta membutuhkan waktu sedikit lebih lama. Perbedaan jenis kelamin atau *gender* dewan ini sering menjadi perdebatan karena jika wanita menjadi ketua dewan atau anggota dewan sebagian besar adalah wanita maka pengambilan keputusan akan memakan waktu yang sedikit lebih lama karena wanita yang cenderung lebih hati-hati dalam setiap pengambilan keputusannya, dibandingkan dengan anggota dewan berjenis kelamin laki-laki. Komposisi dewan ini penting bagi meningkat atau menurunnya nilai perusahaan karena jika para manajemen atas seperti dewan direksi dan dewan komisaris tidak memiliki kompetensi dan kemampuan dalam mengelola perusahaan tidak hanya dari segi keuangan tetapi juga manajemen, maka kestabilan perusahaan dapat terancam dan membuat nilai perusahaan tersebut menurun.

Penelitian Rihab Grassa (2016) menunjukkan bahwa komposisi dewan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian brayen prastika dwi putra (2015), Agung Aswin Dwijayanti (2016), dan Lauresia chintia dewi (2014). Berbeda halnya dengan penelitian Julia Farah Debby (2014) yang menyatakan bahwa komposisi dewan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan Salih Kheiralla Hussein (2013) dan Yahya Ali Al-Matari (2012).

Corporate social responsibility (CSR) adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Gusti Ayu (2013) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada kemasyarakatan. Adapun manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan, perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal, dan perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas Effendi (2009:113).

Penelitian Siti Sopia Latuponjo (2015) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Gusti Ayu Made Ervina Rohana *et al* (2013), Henri Servaes dan Ane Tamayo (2013).

Berbeda dengan penelitian Glenn Martinus yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini penting dilakukan karena baik atau buruknya perusahaan dan bagaimana kelangsungan hidup perusahaan tersebut didasarkan pada likuid atau tidaknya saham perusahaan tersebut dan harga saham perusahaan yang beredar. Jika harga saham rendah dan saham yang beredar sedikit maka para calon investor akan ragu untuk membeli saham tersebut dan berdampak pada nilai perusahaan yang akan menurun dan kondisi keuangan perusahaan, baik untuk pendanaan maupun operasional, terutama bagi perusahaan yang sahamnya dijual pada masyarakat (*go public*).

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali **“Pengaruh Struktur Kepemilikan, Komposisi Dewan, dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (*Fim Value*) pada Sektor Perbankan di Asia Tenggara”** sebagai judul penelitian dalam penelitian ini.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah struktur kepemilikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah komposisi dewan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh komposisi dewan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, maka manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan dalam meningkatkan nilai perusahaan

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai literatur mengenai nilai perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk mengembangkan topik penelitian yang sama.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam pengembangan dan penerapan ilmu yang telah diperoleh oleh penulis selamadi perkuliahan.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan proposal ini dibagi dalam beberapa bab, dimana antara bab satu dengan lainnya saling ada keterkaitan. Adapun proposal ini disusun secara sistematis sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini mencakup dan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini mencakup dan menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini mencakup dan menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, penentuan populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, menjelaskan analisis data, dan pembahasan yang berisi penjelasan mengenai hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran untuk peneliti selanjutnya.

