

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan yang didirikan memiliki tujuan untuk tetap beroperasi dan berkembang dalam jangka panjang (Purba, 2016). Para pengusaha bersemangat untuk mengelola perusahaannya dengan tujuan agar tidak pailit. Nilai perusahaan, sebagai faktor yang penting untuk menjaga kelangsungan usaha memberikan manfaat jangka panjang. Perusahaan, sebagai badan usaha, perlu memperhatikan kondisi lingkungan, baik internal maupun eksternal. Banyak perusahaan saat ini bersaing di pasar global, bukan hanya di pasar domestik. Menurut Amirullah (2015), organisasi yang bersaing secara strategis perlu mencari pola yang dapat membantu mereka untuk memahami kondisi lingkungan, baik internal maupun eksternal.

Salah satu tujuan pendirian perusahaan adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan, yang tercermin dalam harga sahamnya (Wiagustini *et al.*, 2023). Faktor yang memengaruhi nilai perusahaan adalah persepsi investor, pandangan negatif investor terhadap perusahaan dapat menyebabkan penurunan harga saham perusahaan. Perusahaan dengan nilai yang tinggi memiliki potensi untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham, sehingga pemegang saham cenderung berinvestasi lebih banyak dalam perusahaan tersebut (dengan asumsi bahwa faktor-faktor lainnya tetap konstan dalam lingkungan eksternal). Harga pasar saham perusahaan yang *go public* ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa, yang tercermin dalam harga penawaran saham. Harga pasar ini dipengaruhi oleh keputusan dan kebijakan manajemen. Calon investor

memerlukan informasi dari manajemen perusahaan sebelum membuat keputusan investasi. Informasi ini dapat berupa data akuntansi dan informasi lainnya yang disediakan oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek. Informasi ini sangat penting bagi investor sebelum mereka memutuskan untuk membeli, menjual, atau mempertahankan saham yang mereka miliki (Alfinur, 2016).

Penelitian ini fokus pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022. Pemilihan industri ini didasarkan pada karakteristik khusus yang membedakannya dari jenis perusahaan lain, yaitu: (1) memiliki aset fisik dalam jumlah besar; (2) sebagian besar pendapatan utamanya berasal dari hasil penjualan; (3) memiliki analisis yang terstruktur dengan baik terkait performa bisnis dan produknya; (4) memiliki rantai pasokan yang kompleks; dan (5) menjalin hubungan erat dengan pemangku kepentingan seperti pelanggan, pemasok, dan pemerintah (Lusy, 2020).

Industri manufaktur memegang peran utama dalam perekonomian Indonesia. Sektor manufaktur berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi dan menciptakan banyak lapangan kerja dari pekerjaan dasar hingga teknologi tinggi, serta melibatkan berbagai tahapan produksi. Industri manufaktur bukan hanya mengurangi pengangguran tetapi juga meningkatkan taraf hidup pekerja dengan penghasilan stabil. Tata kelola efektif memerlukan sumber daya manusia dan non manusia, serta mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan prinsip *people*, *planet*, *profit* sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel *Good Corporate Governance*, *Human Capital*, dan *Relational Capital* sebagai faktor-faktor independen yang relevan.

Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor industri manufaktur merupakan sektor industri penyerap tenaga kerja terbanyak tahun 2022, terlihat dari data di bawah ini :

Tabel 1. 1
Proporsi Tenaga Kerja pada Sektor Manufaktur di Indonesia
(2022)

No.	Jenis Industri	%
1	Industri Makanan	4,23%
2	Industri Pakaian Jadi	2,00%
3	Industri kayu, barang dari kayu dan gabus (tidak termasuk furnitur) dan barang anyaman dari bambu, rotan, dan sejenisnya	1,25%
4	Industri Tekstil	0,82%
5	Industri Kulit, barang dari kulit, dan alas kaki	0,71%
6	Industri barang galian bukan logam	0,68%
7	Industri furnitur	0,65%
8	Industri pengolahan lainnya	0,62%
9	Industri barang logam, bukan mesin dan peralatannya	0,46%
10	Industri karet, barang dari karet, dan plastik	0,45%
11	Industri Pengolahan Tembakau	0,33%
12	Industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia	0,28%
13	Industri pencetakan dan reproduksi media rekaman	0,26%
14	Industri kertas dan barang dari kertas	0,19%
15	Industri alat angkutan lainnya	0,19%
16	Industri logam dasar	0,17%
17	Industri mesin dan perlengkapan YTDL	0,16%
18	Industri kendaraan bermotor, trailer dan semi trailer	0,16%
19	Jasa reparasi dan pemasangan mesin dan peralatan	0,15%
20	Industri peralatan listrik	0,14%
21	Industri farmasi, produk obat kimia dan obat tradisional	0,12%
22	Industri komputer, barang elektronik dan optik	0,11%
23	Industri produk dari batu bara dan pengilangan minyak bumi	0,04%
Total		14,17%

Sumber : Data diolah peneliti

Pada tabel 1.1, menunjukkan lima besar sektor industri manufaktur penyerap tenaga kerja terbanyak tahun 2022 yakni industri makanan dan minuman dengan kontribusi hingga 4,23 %, disusul industri pakaian jadi (2,00 %), industri kayu, barang dari kayu dan gabus (1,25 %). Selanjutnya, industri tekstil (0,82 %), serta industri kulit, barang dari kulit, dan alas kaki (0,71 %).



Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2015), nilai perusahaan adalah harga yang akan dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Penelitian ini mengukur nilai perusahaan dengan *Price Earning Ratio* (PER) karena rasio ini digunakan sebagai indikator untuk mengevaluasi sejauh mana harga saham suatu perusahaan sebanding dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Semakin tinggi PER, maka semakin mahal harga saham perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price Earning Ratio* (PER) diperoleh data 91,8 % sektor manufaktur mempunyai nilai di bawah 38.681 dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini;

Tabel 1. 2
Nilai Perusahaan Manufaktur Berdasarkan PER Tahun 2022

No	Nama Perusahaan	Harga Pasar Saham (Rp)	Laba / lbr Saham (Rp)	PER
1	Akasha Wira International	3,290	619	5.32
2	Tiga Pilar Sejahtera Food	142	-6.7	0.00
3	Tri Banyan Tirta	50	-7.32	0.00
4	Bumi Teknokultura Unggul	50	2.88	17.36
5	Budi Starch Sweetener	226	19.77	11.43
6	Campina Ice Cream Industry	306	20.6	14.85
7	Cahaya Kalbar	1,980	371	5.34
8	Sariguna Primatirta	555	16	34.69
9	Wahana Interfood Nusantara	268	7.43	36.07
10	Delta Djakarta	3,830	288	13.30
11	Sentra Food Indonesia	111	-29.24	0.00
12	Garudafood Putra Putri Jaya	525	11.64	45.10
13	Buyung Poetra Sembada	232	0.19	1,221.05
14	Indofood CBP Sukses Makmur	10,000	393	25.45
15	Era Mandiri Cemerlang	59	2.44	24.18
16	Indofood Sukses Makmur	6,725	724	9.29
17	Mulia Boga Raya	1,430	78.25	18.27
18	Multi Bintang Indonesia	8,950	439	20.39
19	Mayora Indah	2,040	87	23.45
20	Panca Mitra Multiperdana	410	0.0032	128,125.00
21	Prasidha Aneka Niaga	83	-29	0.00

Sumber : Data diolah dari peneliti

Tabel 1.2 (Lanjutan)
Nilai Perusahaan Manufaktur Berdasarkan PER Tahun 2022

No	Nama Perusahaan	Harga Pasar Saham (Rp)	Laba / Ibr Saham (Rp)	PER
22	Nippon Indosari Corpindo	1,360	74.98	18.14
23	Sekar Bumi	378	49.84	7.58
24	Sekar Laut	1,950	120.89	16.13
25	Siantar Top	7,650	476.7	16.05
26	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company	1,475	92	16.03
27	Polychem Indonesia	151	0.0069	21,884.06
28	Argo Pantes	1,225	-290.05	0.00
29	Trisula Textile Industries	148	0.37	400.00
30	Century Textile Industry	220	-0.03	0.00
31	Eratex Djaja	470	0.003	156,666.67
32	Ever Shine Tex	53	0.00003	1,766,666.67
33	Indorama Synthetics	5,650	0.065	86,923.08
34	Asia Pacific Investama	54	-2.65	0.00
35	Pan Brothers	108	0.0006	180,000.00
36	Asia Pacific Fibers	55	0.0049	11,224.49
37	Golden Flower	286	8	35.75
38	Ricky Putra Globalindo	83	-101.27	0.00
39	Sejahtera Bintang Abadi Textile	50	-152.98	0.00
40	Sunson Textile Manufacture	790	-5	0.00
41	Star Petrochem	137	0.365	375.34
42	Tifico Fiber Indonesia	650	-0.0007	0.00
43	Trisula International	236	10.91	21.63
44	Uni Charm Indonesia	1,095	76	14.41
45	Mega Perintis	1,230	84	14.64
46	Indonesia Fibreboard Industry	158	10	15.80
47	Singaraja Putra	885	23	38.48
48	SLJ Global	50	0.009257	5,401.32
49	Primarindo Asia Infrastructure	117	-4	0.00
50	Indocement Tungal Prakasa	9,900	529.44	18.70
51	Semen Baturaja	386	10	38.60
52	Solusi Bangun Indonesia	1,425	93	15.32
53	Semen Indonesia (Persero)	6,575	397	16.56
54	Waskita Beton Precast	95	27.56	3.45
55	Waskita Karya (Persero)	360	-65.95	0.00

Sumber : Data diolah dari peneliti



Tabel 1.2 (Lanjutan)
Nilai Perusahaan Manufaktur Berdasarkan PER Tahun 2022

No.	Nama Perusahaan	Harga Pasar Saham (Rp)	Laba / lbr Saham (Rp)	PER
56	Wijaya Karya Beton	191	18.69	10.22
57	Asahimas Flat Glass	5,550	1008	5.51
58	Cahayaputra Asa Keramik	202	8.77	23.03
59	Mark Dynamics Indonesia	605	63.97	9.46
60	Mulia Industrindo	525	129.06	4.07
61	Surya Toto Indonesia	270	30.37	8.89
Total				2,359,560.60

Sumber : Data diolah dari peneliti

Pencapaian tujuan perusahaan yang berkelanjutan melibatkan penilaian terkait nilai perusahaan sebagai aspek yang krusial. Penentuan nilai perusahaan memiliki dampak yang signifikan, karena tingkat kesejahteraan pemegang saham akan sejalan dengan nilai perusahaan yang tinggi. Perubahan dalam nilai perusahaan, di antaranya dipengaruhi oleh implementasi *Good Corporate Governance*, *Human Capital*, dan *Relational Capital*.

Isu *Good Corporate Governance* mendapatkan perhatian global setelah munculnya kasus skandal dan praktik korupsi perusahaan terbesar dalam sejarah Amerika Serikat, yang melibatkan perusahaan Enron. Skandal Enron dipicu oleh tindakan eksekutif perusahaan yang menggelembungkan laporan laba perusahaan serta menyembunyikan sejumlah utangnya. Kasus ini juga melibatkan keterlibatan Kantor Akuntan Publik Arthur Andersen, yang akhirnya mengakibatkan penutupan global Arthur Andersen (Hutabarat, 2012).

Pandemi yang terjadi pada tahun 2020-2022, berdampak besar pada ekonomi global, termasuk di Indonesia. Penurunan aktivitas ekonomi yang berkontribusi negatif pada performa perusahaan, tercermin dari penurunan nilai saham perusahaan di Indonesia merupakan dampak dari pandemi COVID-19.

Perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang efektif, sumber daya manusia berkualitas, dan hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan akan memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi situasi pandemi, sehingga peneliti memilih rentang waktu tahun 2020-2022 dengan tujuan untuk mengeksplorasi dampak *good corporate governance*, *human capital*, dan *relational capital* terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur Indonesia selama periode pandemi COVID-19 dan pasca pandemi. (Wibawa *et al.*, 2023)

Keputusan untuk memilih variabel *Good Corporate Governance* sebagai fokus penelitian dipengaruhi oleh pemahaman bahwa perusahaan dengan tata kelola yang baik dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *Good Corporate Governance* telah menghasilkan temuan yang tidak konsisten. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Rachmawati dan Triatmoko (2022), Karmilah *et al.* (2022), Sari *et al.* (2021), Rahmat *et al.* (2021), Putri *et al.* (2021), Hediono (2021), menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* memiliki dampak terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Anggraini dan Fidiana (2022), Utami dan Wijayanti (2021), Nabila dan Wuryani (2021), Tambunan dan Hidayat, (2019), menyimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan *Human Capital* sebagai aset dari suatu perusahaan. Kualitas sumber daya manusia yang baik dapat membangkitkan kepercayaan investor terhadap perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Mouritsen *et al.*, 2001). Alasan kedua adalah karena inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, dan alasan ketiga adalah

meningkatnya permintaan akan transparansi di pasar modal, sehingga informasi *Intellectual Capital* yang terproksi pada *Human Capital* dapat membantu investor dalam menilai kemampuan perusahaan dengan lebih baik. Studi terdahulu mengenai *Human Capital*, seperti yang dilakukan oleh Nugrahanto, Bayu R. (2023), Wang, Wei, dan Wang, Xinwei (2022), Gupta, P. (2021), serta Guthrie, John P. (2020), telah menunjukkan bahwa *Human Capital* memiliki dampak signifikan pada nilai perusahaan. Penelitian oleh Lepak dan Conway (2023), Arcidiacono dan Bertrand, B. T. (2010), serta Porter, M. E. (2020), tidak berhasil membuktikan pengaruh *Human Capital* terhadap nilai pasar perusahaan.

Pemilihan *Relational Capital* sebagai variabel independen ketiga dalam penelitian ini dipengaruhi oleh beberapa alasan. Pertama, perusahaan yang memberikan perhatian pada *Relational Capital* memiliki potensi untuk memengaruhi citra perusahaan, yang pada waktunya dapat memengaruhi persepsi investor (dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tetap konstan). Kedua, adanya inkonsistensi hasil dalam temuan-temuan dari penelitian sebelumnya. Ketiga, *Relational Capital* menekankan pentingnya hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan stakeholdernya, baik internal maupun eksternal, yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan kepercayaan dari pemangku kepentingan, termasuk investor. Pemangku kepentingan, termasuk investor, cenderung menjaga hubungan yang baik dengan perusahaan sebagai akibatnya (Liu *et al.*, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Daat (2022) pada perusahaan-perusahaan di industri yang intensif dalam aset intelektual yang tercatat di Bursa Efek Indonesia menemukan bahwa pengungkapan mengenai *relational capital* berdampak pada tiga indikator kinerja keuangan, yaitu: pendapatan bersih, valuasi perusahaan, dan

arus kas operasional perusahaan. Hasil beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Hsu dan Cheng (2020), Abeysekera (2019), Gill *et al.*, (2018), menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara *Relational Capital* dengan nilai perusahaan. Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Gul dan Hassan (2018) (2018) terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Pakistan (PSX) selama periode 2009-2016 menegaskan bahwa terdapat hubungan positif antara *Relational Capital* dan kinerja keuangan, yang pada akhirnya berdampak positif pada nilai perusahaan. Penemuan yang berbeda diperoleh dalam penelitian yang dilakukan oleh Damaianti (2021), Rico, M. (2021), serta Amalia, E. (2022), yang menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan antara *Relational Capital* dan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang, celah penelitian, serta fenomena bisnis yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Human Capital*, dan *Relational Capital* Terhadap Nilai Perusahaan.”**



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maupun fenomena yang sudah dijelaskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- b. Apakah *Human Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- c. Apakah *Relational capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris tentang:

1. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Pengaruh *Human Capital* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Pengaruh *Relational Capital* terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai diharapkan dapat membawa banyak manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan sehingga mahasiswa dan perpustakaan dapat memperoleh wawasan yang lebih baik dan lebih luas.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi badan usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi badan usaha khususnya para pengguna



laporan keuangan dan manajemen perusahaan untuk memahami *Good Corporate Governance*, *Human Capital*, dan *Relational capital* perusahaan.

- b. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam meningkatkan perannya dalam memenuhi kebutuhan pengguna informasi.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan untuk memahami dan menambah pengetahuan yang telah diteliti.