

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinamika ekonomi di dunia sekarang menjadi jauh kompetitif yang membuat tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan tidak lagi sekedar keuntungan jangka pendek saja, akan tetapi menaikkan kemakmuran pemilik modal melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai dari suatu korporasi adalah sebuah opini dari investor yang seringkali dihubungkan dengan harga saham dari suatu korporasi (Fahlevi et al., 2023). Nilai korporasi yang tinggi mencerminkan nilai saham yang tinggi pula. Hal tersebut dapat diartikan kalau pasar sedang mempercayai masa depan suatu korporasi. Maka dari itu, dengan menjaga stabilitas juga pertumbuhan nilai perusahaan jadi prioritas utama bagi manajemen (Fajriah & Jumady, 2022).

Nilai Perusahaan pada perusahaan publik umumnya tercermin dari *stock price* yang terbentuk dari pasar. *Stock price* tersebut pengaruhnya tidak hanya dari kesanggupan perusahaan mengumpulkan laba, akan tetapi bisa dipengaruhi oleh kualitas pengelolaan perusahaan, keterbukaan informasi, serta kemampuan perusahaan menjaga keberlanjutan usahanya. Peningkatan nilai perusahaan tidak dapat dipandang semata-mata sebagai akibat dari profitabilitas karena hal tersebut, melainkan juga sebagai hasil dari respons investor terhadap berbagai informasi keuangan dan non finansial yang disampaikan perusahaan. Nilai perusahaan bisa dihitung dengan beberapa metode yaitu *Price Book Value (PBV)*, *Tobin's Q*, dan

Price Earning Ratio (PER). PBV digunakan sebagai proksi untuk variabel Nilai Perusahaan.



Gambar 1 Perbandingan PBV setiap sektor tahun 2023-2025

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2026)

Data dari Gambar 1 menyajikan perbandingan nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) pada setiap sektor di Bursa Efek Indonesia selama kurun waktu 2023 hingga 2025. Berdasarkan data tersebut, terlihat jelas bahwa nilai perusahaan pada berbagai sektor mengalami fluktuasi dan tren perubahan yang sangat dinamis dari tahun ke tahun. Contohnya adalah pada sektor Basic Materials, PBV tercatat sebesar 0,98 pada tahun 2023, kemudian melonjak signifikan menjadi 2,57 pada tahun 2024, dan bertahan di angka 2,58 pada tahun 2025. Fluktuasi yang jauh lebih ekstrem terlihat pada sektor Transportation & Logistic, di mana PBV hanya sebesar 1,04 pada tahun 2023, namun melesat tajam menjadi 5,68 pada tahun 2024 dan memuncak di angka 15,77 pada tahun

2025. Di sisi lain, dinamika yang berbeda ditunjukkan oleh sektor Industrials yang justru sempat mengalami penurunan dari 0,99 (2023) menjadi 0,84 (2024) sebelum akhirnya naik kembali ke angka 1,41 (2025).

Dinamika nilai perusahaan menjelaskan jika perubahan nilai perusahaan tidak selalu bergerak searah dengan perubahan laba. Perusahaan dalam beberapa kondisi dapat mencatatkan laba yang meningkat, namun tidak diikuti oleh peningkatan penilaian dari pasar secara proporsional. Kondisi ini dapat diartikan jika penanam modal tidak hanya memikirkan laba atau rugi, tetapi juga memperhatikan kualitas pengelolaan korporasi dan tanggung jawab sosial dari korporasi tersebut (Gasperz et al., 2022).

Korporasi pasti memiliki tujuan utama yaitu untuk menaikkan laba atau profitabilitas, karena hal ini mencerminkan keberhasilan keuangannya (Maryanti & Zulfah, 2025). Diartikan bahwa terdapat elemen fundamental diyakini mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan cerminan dari keadaan finansial untuk kurun waktu tertentu. Profitabilitas yang baik menunjukkan efisiensi manajemen dalam mengelola aset menjadi laba yang secara teori akan direspons positif oleh pasar melalui kenaikan harga (Fajriah & Jumady, 2022).

Pencapaian profitabilitas yang konsisten dan pengelolaan aset yang efisien tersebut tidak akan dapat terwujud secara optimal tanpa adanya sistem pengawasan yang memadai. Selain faktor kinerja keuangan, ada juga faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan adalah *Good Corporate Governance* (GCG). GCG

adalah suatu sistem, struktur, dan mekanisme yang digunakan untuk memberikan arahan serta pengendalian korporasi supaya pengelolaan perusahaan berjalan secara transparan, akuntabel, responsibel, independen, dan adil. *Agency Theory* memberikan pandangan bahwa, penerapan GCG penting untuk meminimalisir konflik kepentingan diantara pengelola sebagai agen dan penanam modal sebagai prinsipal. Tata kelola yang baik diharapkan mampu menekan biaya keagenan, meningkatkan efektivitas pengawasan, serta mendorong efisiensi pengelolaan perusahaan. Jika perusahaan dikelola secara lebih baik, maka kepercayaan investor juga akan naik dan akhirnya dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan (Nurhidayanti et al., 2023).

Selain GCG, terdapat faktor lain yang semakin mendapatkan perhatian yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dedikasi korporasi mengoperasikan kegiatan usaha yang tidak berorientasi pada aspek ekonomi ada pada CSR, tetapi juga melihat aspek lain seperti aspek sosial dan lingkungan. *Signaling Theory* berpandangan bahwa, pengungkapan CSR diposisikan sebagai informasi strategis yang secara sukarela didistribusikan oleh manajemen ke publik dan pasar modal. Pengungkapan aktivitas CSR ini menjadi sinyal kuat jika korporasi mempunyai kepedulian kepada keberlangsungan bisnis jangka panjang serta memiliki tata kelola risiko non-finansial yang mumpuni. Ketika sinyal positif ini ditangkap oleh pasar, kondisi tersebut berpotensi meningkatkan reputasi perusahaan, menekan ketidakpastian di mata investor, dan pada akhirnya memperkuat penilaian atau valuasi investor terhadap perusahaan (Faizah et al., 2021).

Akan tetapi, pengaruh GCG dan CSR kepada nilai perusahaan belum menunjukkan hasil yang konsisten. Fajriah & Jumady (2022) menemukan bahwa mekanisme GCG memberikan manfaat positif kepada nilai perusahaan, tetapi CSR memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Puspita et al (2023) juga menunjukkan bahwa GCG memiliki pengaruh kepada nilai perusahaan, sementara CSR tidak memiliki pengaruh signifikan. Di sisi lain, Kristanti (2022) menjelaskan jika CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil-hasil tersebut mengindikasikan jika hubungan antara GCG, CSR, dan nilai perusahaan masih menyisakan perdebatan.

Penerapan GCG dan program CSR pada dasarnya merupakan investasi strategis jangka panjang yang membutuhkan alokasi biaya dan sumber daya yang signifikan dari korporasi. Oleh karena itu, apresiasi pasar terhadap inisiatif tata kelola dan tanggung jawab sosial tersebut sering tidak terjadi secara langsung, melainkan harus dibuktikan terlebih dahulu melalui pencapaian kinerja operasional yang nyata. Salah satu variabel krusial yang diyakini mampu menjelaskan mekanisme tersebut adalah profitabilitas. Profitabilitas bisa menjelaskan keadaan korporasi untuk mendapatkan laba melewati pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. *Signaling Theory* memiliki argumen bahwa, profitabilitas tinggi adalah sinyal yang baik bagi penanam modal karena mencerminkan efisiensi manajemen dan peluang korporasi di masa mendatang. Maka dari itu, pengaruh GCG dan CSR kepada nilai perusahaan diduga tidak selalu terjadi secara langsung, tetapi dapat terlebih dahulu tercermin dalam peningkatan profitabilitas perusahaan.

Selanjutnya, profitabilitas yang meningkat akan mendapatkan reaksi baik dari pasar dengan hasil meningkatnya nilai perusahaan dari korporasi tersebut.

Beberapa penelitian yang mendukung dugaan tersebut adalah dari Fajriah & Jumady (2022) juga menemukan bahwa kinerja keuangan bisa memediasi pengaruh tata kelola perusahaan kepada nilai perusahaan. Temuan tersebut menjelaskan jika profitabilitas dapat berperan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan bagaimana faktor non finansial diterjemahkan menjadi penilaian pasar.

Penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan pada korporasi yang ada pada BEI dengan kurun waktu 2023-2025. Periode tersebut mempresentasikan fase pemulihan dan penyesuaian dunia usaha setelah tekanan ekonomi pada masa pandemi, sehingga kualitas tata kelola, pertanggungjawaban publik, dan kesanggupan korporasi membuahkan laba menjadi aspek semakin diperhatikan oleh investor. Selain itu, perusahaan publik memiliki tingkat keterbukaan informasi yang lebih baik, sehingga data mengenai GCG, CSR, profitabilitas, dan nilai perusahaan relatif lebih tersedia dan dapat diandalkan untuk kepentingan penelitian.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbaruan yaitu pertama, penelitian terdahulu umumnya menguji pengaruh GCG dan CSR kepada nilai perusahaan atau *profitability* secara terpisah, sedangkan peneliti menguji keduanya secara simultan dalam satu model penelitian. Kedua, penelitian terdahulu memberikan hasil yang tidak konstan terkait dampak GCG dan CSR kepada nilai perusahaan, maupun terkait peran profitabilitas dalam menjembatani hubungan itu. Terkait uraian diatas,

peneliti ingin memberi penjelasan yang lebih komprehensif mengenai mekanisme pengaruh GCG dan CSR kepada nilai perusahaan. Ketiga, populasi digunakan mencakup seluruh korporasi pada BEI dengan kurun waktu 2023-2025 sebagai objek penelitian, pada penelitian lain hanya meneliti satu sektor saja dan data yang dipakai data tahun-tahun sebelumnya, sehingga dapat memberikan deskripsi yang lebih mutakhir terkait keadaan dari suatu korporasi publik di Indonesia dengan lebih umum. Keempat, penelitian ini menggunakan PBV sebagai proksi nilai perusahaan, *Return on Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE) sebagai proksi profitabilitas, pengungkapan aspek umum, aspek ekonomi, aspek keberlanjutan, dan aspek lingkungan hidup SEOJK Nomor 16/SEOJK.04/2021 sebagai proksi CSR, serta indikator Komite Audit (KA), dan Kepemilikan Institusional (KI) sebagai proksi GCG. Dengan demikian, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menyajikan deskripsi yang lebih relevan dan komprehensif terkait elemen-elemen yang memiliki pengaruh kepada nilai perusahaan dalam konteks meningkatnya perhatian pasar terhadap aspek tata kelola, tanggung jawab sosial, dan kinerja keuangan.

Pemahaman terkait hubungan pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas yang menjadi variabel mediasi, penelitian ini mengintegrasikan dua teori utama, yaitu Teori Keagenan dan Teori Sinyal. Penggabungan kedua teori ini sangat diperlukan untuk menjembatani dua perspektif yang berbeda, yakni tata kelola operasional di dalam perusahaan secara internal dan respons pelaku pasar modal di luar perusahaan secara eksternal.

Dari perspektif internal, Menurut Teori Keagenan, penerapan mekanisme GCG bertujuan untuk meminimalisir bentrokan kepentingan di antara pemilik modal atau prinsipal dan manajemen atau agen. Konflik keagenan sering memicu biaya agensi yang tinggi akibat inefisiensi pengelolaan aset perusahaan oleh manajemen demi kepentingan pribadi. Melalui tata kelola yang baik seperti adanya pengawasan ketat oleh komite audit perusahaan dapat memastikan bahwa manajemen bekerja secara efektif dan efisien. Efisiensi operasional dan minimnya kebocoran anggaran akibat pengawasan yang baik secara teoritis akan berdampak langsung pada peningkatan laba atau kinerja keuangan perusahaan. Agen yang mengelola operasional harian punya data lebih lengkap terkait dengan keadaan riil korporasi, sehingga cenderung memiliki peluang untuk bertindak oportunistik demi kepentingan pribadi yang dapat merugikan pemegang saham (Ellin & Wati, 2023). Teori keagenan digunakan sebagai landasan mutlak untuk menjelaskan hubungan antara GCG terhadap profitabilitas pada penelitian ini. Penerapan GCG bertindak sebagai mekanisme kontrol internal yang ketat untuk menekan tindakan oportunistik manajemen, menyelaraskan kepentingan, dan meminimalkan biaya keagenan (Dinisafitri et al., 2023). Pengawasan yang berjalan efektif akan memberikan dampak kepada berkurangnya asimetri informasi, keputusan investasi menjadi lebih tepat, dan pengelolaan aset menjadi jauh lebih efisien (Nurhidayanti et al., 2023). Efisiensi operasional inilah yang secara langsung mendorong peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih atau profitabilitas (Fajriah & Jumady, 2022).

Setelah efisiensi internal tercapai dan menghasilkan kinerja yang baik, perusahaan dihadapkan pada tantangan asimetri informasi dengan pihak luar, yaitu para investor di pasar modal yang akan dijelaskan melalui teori sinyal. Teori ini mendasari jalur pengaruh profitabilitas, GCG, dan CSR kepada nilai perusahaan. Pengungkapan aktivitas CSR yang berkelanjutan, laporan implementasi GCG yang transparan, serta pencapaian profitabilitas yang tinggi diposisikan sebagai sinyal positif yang sengaja dikirimkan oleh manajemen ke pasar (Anggita & Nugroho, 2022). Teori Sinyal berargumen jika suatu korporasi memiliki kualitas keberlanjutan yang baik, hal tersebut bisa mendistribusikan sinyal ini untuk membedakan dirinya dari kompetitor. Sinyal kepedulian lingkungan dan sosial ini mengindikasikan jika korporasi mempunyai pengelolaan risiko yang unggul. Ketika konsumen dan mitra bisnis menangkap sinyal positif ini, perusahaan akan mendapatkan peningkatan kepercayaan. Reputasi yang baik ini memicu naiknya loyalitas pelanggan yang mendorong penjualan, serta kelancaran rantai pasok dari mitra bisnis. Kombinasi dari naiknya pendapatan dan efisiensi jaringan eksternal ini secara langsung akan memberikan kontribusi positif terhadap perolehan laba atau profitabilitas perusahaan. Ketika sinyal finansial berupa laba tinggi dan sinyal non-finansial berupa tata kelola dan kepedulian sosial ini diterima oleh pasar, ketidakpastian masa depan perusahaan di mata investor akan menurun. Investor menangkap kumpulan sinyal tersebut menjadi indikasi jika korporasi mempunyai peluang bisnis cerah, aman dari penyelewengan, dan memiliki daya tahan yang baik. Respons positif dari pasar ini diwujudkan dalam bentuk

peningkatan permintaan pembelian saham, yang secara otomatis akan menaikkan harga saham di bursa dan melambungkan nilai perusahaan (Fajriah & Jumady, 2022).

Melalui integrasi kedua teori ini, peran profitabilitas sebagai variabel mediasi dapat dijelaskan secara utuh dan logis. Berdasarkan teori keagenan, pengawasan melalui mekanisme GCG yang baik akan memastikan agen bekerja secara efisien sehingga menghasilkan kinerja keuangan internal yang solid berupa peningkatan profitabilitas. Selanjutnya, berdasarkan Teori Sinyal, peningkatan profitabilitas tersebut bertindak sebagai sinyal konfirmasi finansial yang memvalidasi komitmen tata kelola perusahaan di mata pihak eksternal. Ketika investor melihat bahwa penerapan tata kelola terbukti secara nyata mampu menghasilkan peningkatan laba operasional, pasar kemungkinan meresponsnya dengan menaikkan penilaian kepada nilai perusahaan.

Motivasi penelitian ini didasarkan pada urgensi kepada penyajian bukti empiris perihal elemen-elemen yang memengaruhi nilai perusahaan, karena nilai perusahaan adalah suatu indikator yang sangat diperhatikan oleh para investor dalam penilaian kinerja, prospek, dan keberlanjutan perusahaan. Penelitian ini penting dilakukan karena dalam praktiknya peningkatan profitabilitas tidak senantiasa beriringan dengan naiknya nilai perusahaan, sehingga korporasi kurang jika hanya berpusat pada pencapaian laba, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas pengelolaan perusahaan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar tidak sekedar melakukan pertimbangan melalui

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, tetapi juga menilai kualitas tata kelola korporasi dan komitmen korporasi kepada tanggung jawab sosial. Maka dari itu, penelitian ini penting bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang dapat meningkatkan kepercayaan pasar, penting bagi investor sebagai tambahan informasi dalam menilai perusahaan dari aspek keuangan dan non keuangan, serta penting bagi akademisi karena hasil studi terdahulu terkait dengan hubungan GCG, CSR, profitabilitas, dan nilai perusahaan masih menunjukkan temuan tidak konstan.

Sesuai penjabaran latar belakang tersebut, bisa diambil suatu simpulan bahwasanya korporasi yang ada pada BEI menghadapi tantangan yang cukup besar dalam meningkatkan nilai perusahaan di tengah meningkatnya tuntutan terhadap penerapan pengelolaan korporasi yang baik, tanggung jawab sosial, dan pencapaian profitabilitas. Berbagai fenomena menjelaskan jika nilai perusahaan tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan korporasi menghasilkan laba, tetapi juga oleh bagaimana korporasi menerapkan GCG dan CSR. Di sisi lain, temuan penelitian terdahulu juga masih memperlihatkan hasil yang bervariasi terkait pengaruh GCG dan CSR kepada nilai perusahaan maupun peran profitabilitas yang menjadi variabel mediasi. Peneliti melaksanakan analisis kembali melalui judul penelitian “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).”

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap profitabilitas?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas?
3. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah profitabilitas memediasi hubungan antara *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah profitabilitas memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, dengan demikian tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap profitabilitas.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel mediasi.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah pemahaman peneliti mengenai hubungan antara GCG, CSR, profitabilitas, dan nilai perusahaan, serta menjadikan sarana penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pembangunan literatur akuntansi dan keuangan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh faktor pengelolaan dan tanggung jawab sosial kepada nilai perusahaan dengan profitabilitas yang menjadi variabel mediasi.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan strategi peningkatan nilai perusahaan melalui penguatan tata kelola perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial, dan peningkatan profitabilitas.

4. Bagi Investor

Menjadi tambahan informasi bagi investor dalam menilai perusahaan, tidak hanya berdasarkan aspek laba, tetapi juga berdasarkan kualitas tata kelola perusahaan dan komitmen tanggung jawab sosialnya.

5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang mengkaji topik serupa, baik dengan memperluas periode penelitian, mengganti proksi variabel, maupun menambahkan variabel lain yang relevan.