

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Bisnis di Indonesia didominasi oleh perusahaan keluarga. Hasil survei *PricewaterhouseCoopers* (PwC) pada tahun 2014 mengenai bisnis keluarga menemukan sebesar 95% bisnis yang bergerak di Indonesia adalah perusahaan keluarga. Keberadaan perusahaan keluarga berpengaruh besar terhadap perekonomian suatu negara. Data dari *PricewaterhouseCoopers* (PwC) menunjukkan sebesar 25% berkontribusi perusahaan keluarga terhadap PDB Indonesia (PwC, 2014).

Perusahaan keluarga diyakini mempunyai reputasi yang baik dimata *stakeholder* (Hao Li, 2010). Dibuktikan oleh penelitian Sujoko dan Ugy Soebiantoro (2007), Nguyen Hong Son, et al (2015), Naveed Ahmad, et al (2014), Jessica Rissa Catherine dan Aditya Septiani (2017), Moez et al (2015) menemukan reputasi perusahaan keluarga relatif baik karna perusahaan keluarga tidak memiliki masalah keagenan. Hal ini disebabkan oleh pemegang saham dan pengelola perusahaan yaitu manajemen adalah pihak yang sama, sehingga visi antara pemilik dan manajemen sejalan dengan dengan kepentingan bersama. Kondisi ini menyebabkan citra perusahaan dimata investor semakin meningkat sehingga berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan *family business*.

Reputasi perusahaan yang baik akan berpengaruh terhadap peningkatan dan kinerja dan nilai perusahaan (Gönül dan Hülya, 2018). Untuk ini perusahaan keluarga memiliki kinerja dan nilai perusahaan yang lebih baik dibandingkan dengan

perusahaan non keluarga. Dibuktikan oleh penelitian Anderson dan Reeb (2003) dan Julio Pindado et al (2008) tentang hubungan non linier antara bisnis milik keluarga dan bukan milik keluarga. Bisnis yang dikelola oleh anggota keluarga lebih memiliki kinerja keuangan yang unggul dari pada bisnis non keluarga. Untuk itu, perusahaan keluarga lebih serius dalam melakukan pengembangan perusahaan. Karna sebagian harta kekayaan keluarga di Investasikan kedalam perusahaan sehingga lebih hati-hati dalam mengambil keputusan investasi yang dapat membahayakan perusahaan dimasa yang akan datang (James, 1999). Selain itu anggota keluarga mempunyai ikatan emosional yang kuat terhadap perusahaan sehingga lebih loyal dalam membangun perusahaan. Kondisi ini akan mendorong peningkatan kinerja dan nilai perusahaan (David L. Deephouse dan Peter Jaskiewicz, 2013)

Dari banyaknya penelitian yang sama terkait perusahaan keluarga sebagian besar hanya meneliti pengaruh reputasi terhadap nilai perusahaan menunjukkan reputasi perusahaan keluarga diukur dengan nama keluarga sebagai nama perusahaan hanya sedikit diteliti didunia dan tidak pernah diteliti di Indonesia. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Reputasi Perusaan Keluarga Terhadap Nilai Perusahaan”***

1.2 RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah reputasi perusahaan keluarga mempengaruhi nilai perusahaan?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui apakah reputasi perusahaan keluarga mempengaruhi nilai perusahaan keluarga.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi pada perusahaan family business di Indonesia.

2. Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada manajemen dalam melakukan pengelolaan perusahaan untuk lebih awareness dalam menjaga reputasi perusahaan keluarga.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat Menambah referensi mengenai reputasi dan nilai pada perusahaan keluarga

1.5 BATASAN MASALAH

Ruang lingkup dalam penelitian ini memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

- 1) Objek penelitian merupakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia;
- 2) Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan keluarga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019;

- 3) Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.
- 4) Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Reputasi Perusahaan Keluarga.
- 5) Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah *size*, *leverage*, dan *sales growth*.

1.6 SISTEMATIKA PENELITIAN

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab ini berisi tentang uraian variabel penelitian dan definisi operasionalnya, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang akan memberikan gambaran umum penelitian, gambaran mengenai analisis statistik deskriptif responden dan variabel penelitian, analisis statistik inferensial, serta menguraikan hasil pengolahan dan analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.