

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada zaman yang semakin modern, semua industri mengalami perubahan yang sangat signifikan dalam semua lini. Perkembangan dalam semua bidang tersebut memicu banyak inovasi yang muncul ke permukaan, inovasi-inovasi tersebut terus dikembangkan seiring dengan berjalannya waktu disertai dengan peningkatan kreativitas dalam berpikir sehingga menghasilkan banyak produk baru yang unik untuk bersaing dalam pasar global yang kompetitif. Kemajuan teknologi yang semakin pesat mendorong perusahaan untuk terus berkembang dan berupaya mencari strategi terbaik agar mampu bersaing untuk memperluas pasar dan mempertahankan kelangsungan perusahaan kedepannya.

Perusahaan terus mengalami tantangan untuk memuaskan para pemangku kepentingan mereka, dengan perbedaan visi dan misi, dan banyak dari pemangku kepentingan menganggap sertifikasi penting sebagai batu loncatan legitimasi (Boiral dan Gendron, 2011). Dalam lingkungan bisnis yang dinamis organisasi terus mengalami perubahan dan terkena dampak dari perubahan, berupaya untuk meningkatkan kualitas dan menjadi *problem solver* adalah tugas utama dari manajerial. Kinerja perusahaan bisa menunjukkan baik atau buruk tergantung cara pengelolaan aktivitas operasionalnya. Maka, manajemen perusahaan harus hati-hati saat mengambil keputusan pendanaan agar tidak salah langkah dan menurunkan kinerja perusahaan.

Banyak perusahaan yang berusaha untuk memiliki standar kualitas internasional seperti ISO, perusahaan semakin kompetitif dalam berusaha untuk mendapatkan sertifikasi dengan tujuan meningkatkan kualitasnya. Karena banyak perusahaan yang berupaya maksimal untuk memperbaiki kualitasnya agar memenuhi standar atau terus berupaya meningkatkan standar yang sudah dimiliki. Wujud dari upaya memperbaiki standar tersebut adalah kepemilikan sertifikasi sesuai kategori yang diajukan oleh perusahaan. Sertifikasi memiliki banyak kategori sesuai bidang masing masing serta memiliki keterkaitan atau

saling terintegrasi satu sama lain sehingga banyak perusahaan yang memiliki lebih dari satu sertifikasi yang diterapkan bersamaan dalam satu perusahaan.

Menerapkan tiga sertifikasi dalam satu perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan tampaknya akan meningkatkan kinerja perusahaan, terutama jika mereka sangat berkomitmen dalam memperoleh dan mempertahankan sertifikasinya (Nunhes, et al., 2017). Sertifikasi melibatkan definisi dan penerapan standar yang menetapkan norma dan nilai untuk berbagai aspek dalam kegiatan operasional perusahaan (Hatanaka, et al., 2005). Dalam era yang dinamis dan global, sertifikasi menjadi hal yang penting untuk dimiliki suatu perusahaan dimana hal tersebut akan menggambarkan atau merupakan wujud nyata dari kinerja perusahaan.

Sertifikasi terwujud dari upaya perusahaan untuk memenuhi regulasi yang ada. Regulasi diatur karena adanya dorongan dari berbagai pihak. Kepemilikan beberapa sertifikasi dalam satu perusahaan akan diukur efektif dan efisiensinya untuk berbagai hal, seperti pemenuhan tujuan nasional, target produksi dan pemenuhan kebutuhan ekspor negara serta untuk mengatasi kekhawatiran pembeli atau konsumen. Pemberian berbagai sertifikasi nasional maupun internasional untuk satu perusahaan akan menjadi tolak ukur mengenai pencapaian dari tujuan masing-masing perusahaan.

Selain sertifikasi saat ini banyak sekali perusahaan yang menerima atau mendapatkan penghargaan sebagai apresiasi atas pencapaian dan usahanya dalam suatu bidang. Dalam satu perusahaan di satu tahun atau selama perusahaan berdiri bisa menerima lebih dari satu penghargaan dari berbagai penyelenggaran dan kategori. Perolehan penghargaan akan membawa banyak dampak bagi perusahaan, baik dari segi reputasi perusahaan dan perubahan harga saham. Budiman dkk, (2009) menyatakan pengumuman yang mengandung informasi akan menyebabkan reaksi pasar berupa terlihat adanya perubahan harga. Cabral, (2012) mengatakan Kinerja perusahaan juga tergantung pada reputasinya dan reputasi tergantung pada strategi perusahaan untuk dapat memperbaiki serta mempertahankan perusahaan tersebut.

Efek atau pengaruh memenangkan penghargaan sangat beragam, karena perusahaan yang memenangkan penghargaan untuk kegiatannya dapat memperoleh keuntungan dalam banyak konteks. Penghargaan dapat memberikan pengaruh kepada pihak ketiga yang merupakan pihak eksternal berupa kepercayaan lebih yang mengarah pada pengembangan pengaruh positif sehubungan dengan suatu perusahaan. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa perolehan penghargaan tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan akan membawa pengaruh pada industri baik positif maupun negatif. Perusahaan-perusahaan yang memenangkan penghargaan akan mendongkrak citra perusahaan di mata publik.

Laba merupakan hasil dari pengurangan beban- beban (termasuk penyesuaian pemeliharaan modal jika ada) dikurangkan pada penghasilan. Apabila beban lebih dari penghasilan, maka jumlah sisanya merupakan rugi bersih. Pertumbuhan laba yang dimaksud dalam penelitian ini dihitung dari selisih jumlah laba tahun sekarang dengan jumlah laba tahun lalu dibagi dengan jumlah laba tahun lalu. Pertumbuhan laba merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kinerja perusahaan, kepuasan pelanggan dapat memberikan terjalannya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan konsumen atau pelanggan, memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang, mendorong terciptanya loyalitas, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan karena meningkatkan reputasi baik perusahaan di mata pelanggan, dan memicu terjadinya pertumbuhan laba (Tjiptono,2003). Laba yang bertumbuh mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Solehan dan Christina (2008) menyatakan pertumbuhan laba didukung dengan peningkatan kinerja saham yang didasari pula dengan manajemen yang berkualitas.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori sumber daya perusahaan atau RBV (*resources based of view of the firm*). Barney (2002) mengungkapkan agar perusahaan mampu menciptakan *competitive advantage*, sumber daya perlu memiliki beberapa karakteristik yakni, *valuable*, *rareness*,

inimitability, serta *organizational*. Kinerja perusahaan dalam penelitian ini diukur dari tingkat profitabilitas yang diatributkan dengan *return on asset*(ROA).

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kepemilikan sertifikasi pada kinerja perusahaan yang dilakukan Samuel (2011) menyimpulkan penerapan sertifikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian (Soegwigyono, 2014) menunjukkan hasil penelitian sebagai berikut: Profitabilitas dalam hal ini *net profit margin* dan *return on equity* pada perusahaan yang bersertifikasi ISO 90001 lebih unggul dibandingkan perusahaan yang tidak bersertifikasi ISO 90001. Penelitian yang dilakukan (Novrianti, 2013) menunjukkan hasil penelitian sebagai berikut: pada saat perusahaan memenangkan award terdapat peningkatan ROA dan nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh penghargaan terhadap kinerja perusahaan yang dilakukan Herman dan Heriyanto (2019) yang menyatakan tidak ada perbedaan yang signifikan pada perusahaan sebelum dan setelah menerima ISRA yang diukur dengan kinerja keuangan. Sapariah (2008) menyatakan pertumbuhan laba mencerminkan perusahaan memiliki kinerja yang baik, yaitu profitabilitas.

Karena masih terdapat inkonsistensi mengenai pengaruh sertifikasi dan penghargaan terhadap kinerja perusahaan, peneliti ingin menguji kembali pengaruh sertifikasi dan penghargaan terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, peneliti menambah variabel pertumbuhan laba untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan memperoleh bukti empiris adakah pengaruh sertifikasi penghargaan dan pertumbuhan laba terhadap kinerja perusahaan.

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan diketahui apakah penerapan sertifikasi dan perolehan penghargaan dalam suatu perusahaan akan mempengaruhi kinerja perusahaan sejauh apa atau justru tidak membawa