

# BAB I

## PENDAHULUAN

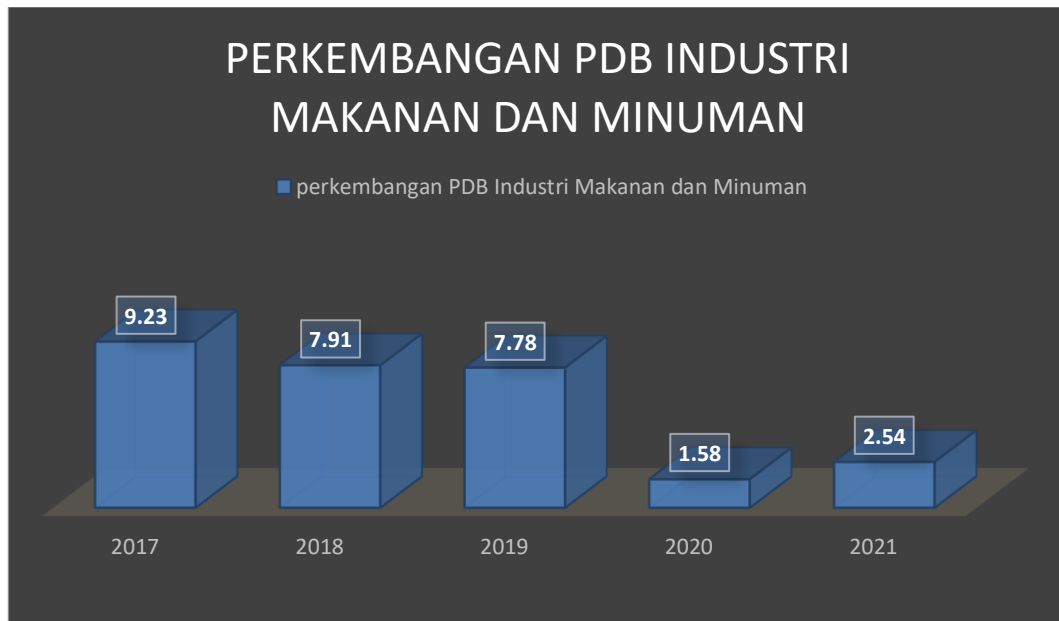
### 1.1 Latar Belakang

Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang seiring dikaitkan dengan harga saham. Peningkatan nilai perusahaan dapat menggambarkan kesejahteraan pemilik perusahaan, sehingga pemilik perusahaan akan mendorong manajer agar bekerja lebih keras dengan menggunakan berbagai intensif untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Abbas, Dillah, & Sutardji, 2020).

Kementrian Perindustrian (2022) menyatakan industri *food and beverage* merupakan penyumbang kontribusi terbesar pada triwulan II tahun 2021 yang mencapai 38,42% serta memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 6,66%. Capaian kumulatif sektor strategis ini dari sisi ekspor juga sangat baik, yaitu mencapai USD19,58 miliar atau naik 42,59% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya tercatat senilai USD 13,73 miliar. Meski ditengah tekanan akibat resesi ekonomi akibat wabah kesehatan, kinerja industri sektor *Food and Beverage* konsisten memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara Indonesia. Salah satu faktor yang menjadikan perusahaan industri sektor *Food and Beverage* dapat meningkatkan pertumbuhan penjualannya meskipun tingginya permintaan kebutuhan pokok guna meningkatkan imunitas tubuh dalam upaya menjaga kesehatan.

PDB adalah jumlah produksi barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi pada suatu daerah disaat-saat tertentu. PDB yang tumbuh cepat menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang berdampak pada meningkatnya daya beli masyarakat. Ini menjadi peluang untuk meningkatkan penjualannya yang

meningkatkan keuntungan dan naiknya harga saham sehingga nilai perusahaan akan terdorong naik. Oleh karena itu bagi investor pertumbuhan ekonomi digunakan sebagai pertimbangan dalam melakukan investasi. Berikut adalah grafik perkembangan PDB Industri *food and beverage*:



**Gambar 1.1 Grafik perkembangan PDB Industri Makanan dan Minuman**

Dari gambar 1.1 Grafik menunjukkan Perkembangan PDB Industri Makanan dan Minuman pada tahun 2017 PDB Industri makanan dan minuman berada pada presentase 9,23%, pada tahun 2018 berada pada 7,91%, pada tahun 2019 berada pada 7,78%, pada tahun 2020 berada pada 1,58% dan pada tahun 2021 berada pada 2,54%. Pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu berada pada presentase 1,58% dan pada tahun 2021 kembali meningkat yaitu sebesar 2,54% dimana terlihat pada tahun 2021 sudah menjadi tahun perbaikan, meskipun presentase yang dihasilkan tidak terlalu signifikan. Pertumbuhan PDB tampak mengalami penurunan setiap tahun. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pertambahan PDB mengalami perlambatan. PDB yang mengalami perlambatan memberikan dampak bagi nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* dan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Sejalan dengan peningkatan PDB, program CSR juga dianggap

memiliki kredibilitas dan bertanggung jawab dalam pengelolaan operasionalnya yang berdampak dalam peningkatan nilai perusahaan .

*Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan salah satu faktor non keuangan lainnya yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban ekonomi dan legal (Pradika, 2022).

Menurut Pradika (2022), Peran CSR mempunyai dampak yang banyak bagi perusahaan untuk kelangsungan usahanya terutama terhadap ukuran dan nilai perusahaan. Banyak perusahaan menganggap CSR sebagai beban pengeluaran yang banyak dalam operasionalnya, sehingga perusahaan masih belum sadar mengenai bagaimana pentingnya CSR dan perusahaan belum sepenuhnya melaksanakan dan mengungkapkan CSR dengan standard yang baku.

Temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang kurang konsisten. CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Firmansyah et al., 2020; Juliawan et al., 2023; Karina & Setiadi, 2020). Temuan penelitian lain menyatakan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Putra & Sunarto, 2021; Wulandari & Efendi, 2022; Khasanah & Sucipto, 2020)

Perbedaan hasil penelitian tersebut menjadi dorongan untuk melaksanakan penelitian kembali dengan menambah variabel manajemen risiko sebagai variabel moderasi. Menurut Sugiyono (2017:39) variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel CSR dengan nilai perusahaan. Variabel ini disebut juga variabel independen kedua.

Manajemen risiko merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam pelaksanaan sebuah proyek konstruksi. Pelaksanaan suatu proyek konstruksi

dimanapun dan dalam bentuk apapun tidak akan pernah terhindar dari risiko baik itu risiko dalam skala kecil maupun dalam skala besar. Semakin kecil potensi risiko yang ditimbulkan maka akan semakin menguntungkan proyek baik dari segi biaya maupun segi pelaksanaan pembangunannya. Apabila skala suatu proyek makin besar maka akan semakin besar pula potensi risiko yang ditimbulkan yang bila tidak ditangani dengan benar maka akan menghambat pelaksanaan proyek (Rahardian, 2020).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Supriyadi & Setyorini (2020) mengenai Pengaruh Pengungkapan Manajemen Risiko Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan Di Industri Perbankan Indonesia, ditemukan bahwa perusahaan yang memiliki nilai tinggi adalah perusahaan yang memiliki performa kinerja yang baik dengan kata lain perusahaan tersebut akan berhati-hati dalam mengambil risiko ketika melakukan operasinya sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai tinggi maka manajemen risiko yang dimiliki oleh perusahaan juga tinggi. Akan tetapi hasil penelitian lain menemukan bahwa nilai perusahaan ternyata tidak ada pengaruhnya terhadap manajemen risiko perusahaan seperti penelitian yang dilakukan oleh Supriyadi & Setyorini (2020) dikarenakan manajemen perusahaan menganggap bahwa pihak investor tidak terlalu begitu memperhatikan kinerja perusahaan melalui manajemen risiko yang dilakukan akan tetapi hanya melihat dari pengembalian yang akan mereka terima.

Manajemen risiko dipilih menjadi variabel moderasi dalam penelitian ini dikarenakan manajemen risiko dapat memberikan nilai tambah bagi Perusahaan dengan memudahkan manajemen dalam mengendalikan beragam jenis risiko yang disebabkan adanya kondisi ketidakpastian dengan mengintegrasikan semua jenis risiko yang timbul menggunakan alat dan teknik terpadu, dan kemudian mengkoordinasikan kegiatan dari manajemen risiko kepada seluruh unit operasi dalam suatu organisasi sehingga semua jenis risiko dapat diminimalkan. Hubungan antara manajemen risiko dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa manajemen risiko memberikan manfaat dalam menciptakan nilai perusahaan,

mengurangi biaya modal dan mengurangi biaya potensial dari *Financial Distress*. Penerapan CSR oleh perusahaan akan berdampak pada peningkatan citra dan reputasi baik perusahaan yang memengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, Manajemen Risiko menggunakan CSR yang berperan sebagai *insurance-like* untuk menjaga kinerja perusahaan dan nilai perusahaan ketika menghadapi krisis finansial, sosial maupun lingkungan (Elma Meliniawaty dan Supatmi, 2021).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Elma Meliniawaty dan Supatmi (2021) meneliti mengenai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Risiko sebagai Pemoderasi dengan pengujian data menggunakan analisis regresi data panel untuk pengujian hipotesis dan diolah menggunakan Eviews 9. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti menggunakan judul pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Risiko. Perbedaan penelitian terdapat pada tahun penelitian dan objek penelitian serta metode yang digunakan berbeda. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah mereplikasi penelitian sebelumnya untuk menguji faktor yang memengaruhi return saham dengan periode waktu yang berbeda. Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Risiko Sebagai Variabel Moderasi”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Manajemen Risiko berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan dimoderasikan oleh Manajemen Risiko?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka ruang lingkup dalam penelitian ini difokuskan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Risiko Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ditetapkan berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Manajemen Risiko Terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Risiko sebagai variabel moderasi.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat-manfaat yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Risiko sebagai variabel moderasi.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Emiten, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh emiten sebagai masukan dalam mengetahui proses berpengaruh atau tidaknya *Corporate Sosial Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Risiko sebagai variabel moderasi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh investor sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penelitian menguraikan tentang latar belakang masalah yang berisi tentang penjelasan berupa alasan tertentu kenapa topik/judul skripsi ini jadi pilihan untuk diteliti. Perumusan masalah yang berisi tentang masalah dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang akan dicari jawabannya oleh peneliti dalam bentuk temuan atau pembuktian yang didapat dari hasil penelitian. Ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat dari penelitian serta sistematika penulisan penelitian yang berisi penjelasan singkat mengenai isi tiap bab.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab II peneliti memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan serta memuat kerangka pemikiran dan bangunan hipotesis dari penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang hasil dan pemecahan masalah dari penelitian yang dilakukan, dengan berpedoman pada teori-teori yang ada di bab I.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan rangkuman dari pembahasan dan saran yang merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penggunaan praktis serta saran untuk penelitian berikutnya.