

BAB I

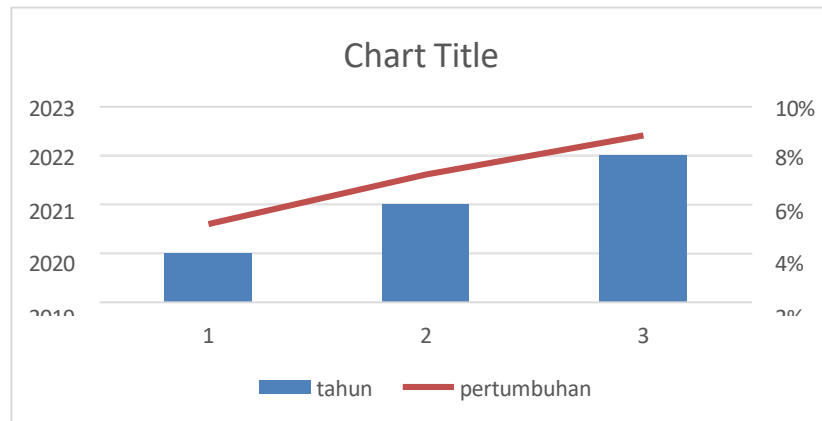
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan sebagai salah satu penggerak perekonomian dan entitas ekonomi dalam suatu negara sudah seharusnya memiliki tujuan jangka panjang dan jangka pendek. Tujuan jangka panjang perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan dan melaksanakan kewajibannya kepada para pemegang dengan bentuk pemberian insentif, sedangkan tujuan jangka pendek perusahaan adalah pemanfaatan sumber daya yang ada secara efisien guna memperoleh laba yang maksimal. Dalam rangka untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan Go Public berusaha meningkatkan kinerjanya sebagai bentuk sinyal yang positif bagi para investor. Kinerja perusahaan merupakan indikator untuk menilai nilai perusahaan. Tingginya harga saham mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi sehingga meningkatnya nilai perusahaan akan diringi meningkatnya kemakmuran para pemegang saham (Iestari, 2019).

Semakin berkembangnya perusahaan dapat berdampak positif dan juga berdampak negatif. Dampak positif tertuju pada memberikan manfaat perekonomian dimana perusahaan tersebut berada. Akan tetapi berkembangnya suatu perusahaan memiliki sisi negatif seperti kerusakan alam yang diakibatkan oleh kegiatan perusahaan. Seperti perusahaan Makanan dan Minuman baik pada saat kegiatan produksi berjalan maupun setelahnya memungkinkan memberi dampak negatif seperti pencemaran udara, air, tanah ataupun pencemaran berupa suara. Pencemaran-pencemaran tersebut dapat ditemukan ketika perusahaan tidak melakukan pengelolaan limbah dengan benar. Dalam kondisi tersebut, *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu hal yang bisa dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Agar kegiatan bisnis mudah diterima kalangan masyarakat seharusnya perusahaan bersikap responsif terhadap apa yang diinginkan oleh masyarakat. Dengan demikian penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan dalam

rangka membangun legitimasi sosial dan citra positif dimata publik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan Putri & Wirakusuma (2020).



Sumber: CNN Indonesia

Berdasarkan table datas Pertumbuhan *Food & Beverage* pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 1,54% karena pandemi Covid 19 yang menerpa Indonesia, fenomena ini terjadi akibat pandemic membuat asosiasi harus memangkas proyeksi pertumbuhan, biasanya proyeksi pertumbuhannya sebesar 7% menjadi 4%-5%. Pemangkasan proyeksi ini tidak akan lepas dari rendahnya pertumbuhan industri makanan dan minuman pada kuartal pertama 2020 yakni sebesar 3,94%. Jika pandemi covid 19 tak kunjung teratasi maka prediksi pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2020 hanya berada kisaran 4%-5% dan juga sejumlah kategori makanan mengalami peningkatan padasaat pandemi covid 19, walaupun ada peningkatannya hal ini tidak bisa menggantikan penurunan total dari seluruh industri makanan dan minuman (CNN Indonesia, 2020). Namun pada tahun 2021 dan 2022 industri makanan dan minuman mengalami peningkatan sebesar 2,54% karena dimulainya era *New Normal*. Oleh karena itu, tahun 2020 pemerintah mulai melakukan kegiatan yang akan menarik investor untuk berinvestasi, terutama industri yang diberikan yang berkaitan dengan ekspor, menghasilkan produk di impor, dan lain-lain.

Begitu pentingnya industri makanan dan minuman ini , maka peneliti ingin mengkaji sebuah fenomena yang berkaitan dengan industry makanan dan minuman. Salah satu factor yang dapat mempengaruhi industr makanan dan minuman adalah

Corporate Social Responsibility (CSR) atau sering dikenal sebagai tanggung jawab social perusahaan, CSR merupakan bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan atas semua dampak dari kegiatan operasionalnya dan juga CSR ini dapat membantu peningkatan citra perusahaan. Kegiatan CSR ini bisa juga digunakan untuk suatu keunggulan bersaing perusahaan untuk dapat meningkatkan penjualan, hal ini dapat menarik para konsumen (Karina & Setiadi, 2020).

Di negara Indonesia, penerapan corporate social responsibility juga sudah tidak lagi bersifat sukarela melainkan suatu hal yang bersifat wajib guna memenuhi tanggung jawab sosial mereka atas kegiatan perusahaan yang telah dilakukan. Hal tersebut dikarenakan munculnya UU No. 40 tahun 2007 yang berisi tentang mewajibkan perseroan terbatas melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Dengan dikeluarkannya undang-undang tersebut maka perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat, khususnya perusahaan perseroan terbatas. Munculnya undang-undang tersebut secara tidak langsung mendapatkan perhatian dari pemerintah dan menunjukkan pentingnya CSR. Perusahaan yang mampu mengungkapkan CSR, dianggap sudah ikut berkontribusi dalam kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ladina, Wijono, & Nuzula, 2018). Terlepas dari sebuah kewajiban, ketertarikan investor terhadap perusahaan yang melaporkan kegiatan tanggung jawab sosialnya di laporan keuangan tahunan lebih tinggi daripada perusahaan yang tidak melaporkan kegiatan tanggung jawab sosialnya di laporan keuangan tahunan Abdul, (2020).

Ada beberapa perbandingan perusahaan yang menerapkan CSR dan tidak menerapkan CSR. Contoh perusahaan yang menerapkan CSR adalah PT Mayora Indah Tbk mendapatkan penghargaan dari badan pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) untuk keberlanjutan lingkungan di industri farmasi dan makanan 2023. PT Mayora Indah Tbk menyandang predikat titanium pada kategori industri pangan olahan penanaman modal dalam negeri. BPOM (pengawas) memberikan penghargaan tersebut karena PT Mayora Indah Tbk sudah ikut berkontribusi dalam membuktikan komitmen perusahaan dalam hal menjaga kelestarian lingkungan dengan menjalankan bisnisnya secara ramah lingkungan. Aspek lingkungan sangat penting untuk mempercepat perilaku industri makanan dan

minuman dalam menjalankan bisnis berbasis ekonomi ditengah gempuran isu perubahan iklim. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan nilai guna dari suatu produk maupun komponennya sehingga tidak ada sumber daya yang akan terbuang dan hal ini meminimalisir dampak negatif pada lingkungan (dikutip dari detik.news), maka dari itu kegiatan yang dilakukan PT Mayora Indah Tbk akan mendapat citra dan nilai perusahaan yang baik di mata masyarakat.

Perusahaan yang tidak menerapkan CSR yaitu PT Indofood, diduga melakukan pencemaran lingkungan dari sisa produk mie instan dan mie instan yang tidak digunakan lagi. Setelah diselidiki oleh pihak berwajib ditemukan bahan berbahaya dan beracun (B3) yang berserakan dilingkungan pabrik dan juga tidak ditemukan tempat pembuangan sementara (TPS), sehingga sisa dari kegiatan operasional perusahaan entah akan dibuang dimana dan akan dimusnahkan dimana. Lalu direktur Tindakan pidana gakkum KLHK Yazid, melakukan pengecekan perusahaan dan juga pengecekan perizinan berdirinya perusahaan. Jika perusahaan tidak melakukan sesuai undang-undang yang ada, maka akan diberi tindakan tegas dan sanksi tegas yaitu penutupan pabrik sementara (dikutip dari dpr.go.id). maka PT Indofood memiliki citra yang kurang baik di mata masyarakat, dikarenakan kurang memperhatikan aspek lingkungan yang mengakibatkan lingkungan kena imbasnya. Hal ini membuktikan kegiatan CSR sangat penting dilakukan agar antara perusahaan, masyarakat, dan lingkungan akan merasa nyaman dan aman satu sama lain.

Nilai perusahaan sangat penting dalam memberikan petunjuk tentang bagaimana perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan dunia sekitarnya. Nilai perusahaan dilihat dari harga saham yang merupakan nilai aset perusahaan yang sebenarnya. Oleh karena itu, perlu menjaga nilai perusahaan untuk menarik investor (Adiputra & Hermawan, 2020). Apabila nilai perusahaan mengalami penurunan hal tersebut akan mengakibatkan turunnya keyakinan investor terhadap perusahaan (Seth & Mahenthiran, 2022). Para investor juga mempertimbangkan beberapa hal dalam berinvestasi. Salah satu informasi non keuangan adalah *Corporate Social Responsibility* (Alexander & Palupi, 2020). CSR bisa digunakan

secara strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui pencapaian prestasi sosial yang positif.

Selain *corporate social responsibility* terdapat faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yakni *corporate governance*. Dalam penerapannya yang baik *corporate governance* dapat menciptakan nilai perusahaan yang tinggi. *Corporate governance* dapat disebut sebagai sistem tata kelola perusahaan yang dapat mendorong kinerja perusahaan untuk lebih baik dengan terciptanya meningkatnya proses pengambilan keputusan, meningkatnya efisiensi operasional perusahaan dan juga dapat meningkatnya pelayanan sebuah perusahaan kepada stakeholdernya.

Tata kelola perusahaan ini menjadi menarik dan mendapatkan perhatian dari seluruh dunia ketika krisis ekonomi Asia pada tahun 1997 yang memberi dampak besar pada Asia Tenggara dan juga krisis ekonomi Amerika Serikat yang dapat dikatakan karena kurangnya tata kelola perusahaan contohnya seperti laporan keuangan yang dimanipulasi (Tunpornchai & Hensawang, 2018). Menurut Mbekomize (2019) dalam Tunpornchai & Hensawang (2018) penelitian tersebut merangkum bahwa *corporate governance* merupakan pilar penting dari *corporate social responsibility* yang berkontribusi terhadap keberlanjutan. Dengan adanya penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR relevan dikaitkan dengan CG.

Dalam mengukur *corporate governance* terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan yakni dewan komisaris, dewan direksi, komite audit, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial. Dengan indikator yang digunakan tersebut kinerja sebuah perusahaan dan harga saham sebuah perusahaan diharapkan meningkat karena dua hal tersebut dapat mencerminkan nilai perusahaan, sehingga Perusahaan mendapatkan nilai perusahaan yang maksimal.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian terkait variabel-variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi hasil yang diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak sama. Penelitian yang dilakukan oleh (Adhitya & Nuzula, 2018; Rambe, 2023; Benne & Moninka, (2020) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh

(Fajriana & Priantinah, 2018; Hutapea 2019; Sofiatin, 2020) CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pramana & Mustanda, 2018) secara signifikan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil beberapa penelitian terkait variabel *corporate governance* juga memperoleh hasil yang tidak sama atau dapat dikatakan tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Tunpomchai & Hensawang (2018) tata kelola perusahaan yang diukur dengan kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pemegang saham utama dan struktur dewan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Yanto (2018) tata kelola perusahaan yang diukur dengan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nastiti & YK Susanto (2020) membuktikan dewan komisaris berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan dewan independen dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Melihat beberapa penelitian yang telah dilakukan di atas menunjukkan hasil yang berbeda, hal tersebut mendorong peneliti melakukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan dua variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu: *corporate social responsibility* dan *corporate governance*. Penelitian ini akan menguji dua variabel tersebut mengenai bagaimana pengaruhnya terhadap nilai perusahaan apakah berpengaruh positif, berpengaruh negatif atau bahkan tidak berpengaruh sama sekali terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian ini memilih perusahaan-perusahaan yang masuk ke dalam industri Makanan dan Minuman sebagai obyek penelitian. Dari sembilan sektor yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) perusahaan jenis ini dikelompokkan kedalam tiga sektor yaitu: sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi.

Terkait dengan pemilihan industri Makanan dan Minuman sebagai obyek penelitian, industri Makanan dan Minuman merupakan industri terbesar di Bursa Efek Indonesia. Di Indonesia industri Makanan dan Minuman merupakan sektor andalan yang menjadi penopang pertumbuhan ekonomi nasional pada saat terjadi ketidakpastian kondisi global. Pada tahun 2019 sektor Makanan dan Minuman bahkan menjadi penyumbang Product Domestic Bruto (PDB) terbesar dari sektor-sektor yang lain yakni sebesar 19,62% dari total PDB.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis bermaksud menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan *corporate governance* yang terdiri dari kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dewan komisarin independent dan komite audit terhadap nilai perusahaan. Oleh karena hal tersebut penulis akan melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Corporate social responsibility* dan *Corporate governance* terhadap Nilai Perusahaan**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022?
2. Apakah Corporate Governance berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini dibatasi pada pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan *Corporate governance* yang terdiri

dari kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dewan komisarin independent dan komite audit terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022
2. Untuk menguji apakah *Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor Makanan dan Minuman secara positif maupun negatif.

2. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk menerapkan teori khususnya teori manajemen keuangan dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain untuk dikembangkan, diteruskan, dan diteliti lebih lanjut, khususnya mengenai variabel-variabel terkait topik penelitian. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan keputusan terkait *Corporate social responsibility* (CSR)

dan *Corporate governance*.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan kedalam perumusan masalah. Ruang lingkup dari penelitian. Tujuan penelitian. Manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang di teliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. Populasi dan sampel. sumber data. variabel penelitian. operasional variabel. Teknik analisis data. Uji persyaratan instrument. Metode analisis data. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN