

BAB I

PENDAHULUAN

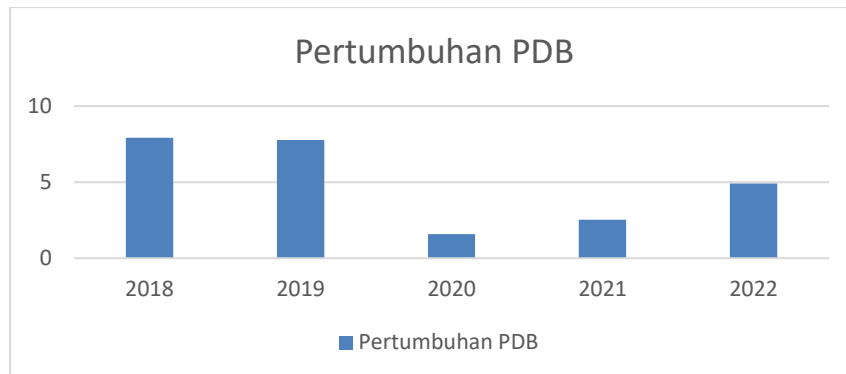
1.1.Latar Belakang Masalah

Setiap entitas bisnis pasti memiliki tujuan utama yaitu mempertahankan kelanjutan aktivitas bisnisnya. Secara umum salah satu tujuan jangka panjang perusahaan ialah untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut. Sebab bila nilai perusahaan tersebut tinggi maka kemakmuran dan kesejahteraan untuk para pemegang saham pun meningkat (Pradita & Suryono, 2020).

Industri makanan dan minuman merupakan sektor manufaktur yang berkembang pesat di Indonesia dan seluruh dunia. Industri merupakan salah satu motor utama pertumbuhan industri pengelolaan nonmigas, didukung oleh sumber daya alam berlimpah. Menurut Kementerian Perindustrian menyebutkan bahwa industri makanan dan minuman Indonesia tumbuh sebesar 2,54 % menjadi Rp. 775,1 triliun dari 2020 hingga 2021. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) akan menjadi Rp. 1,12 kuadriliun pada 2021. Ini setara dengan 38,05 persen industri penyulingan minyak dan gas atau 6,61 persen dari PDB nasional, yaitu Rp. 16,97 triliun.

Selain itu, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor pendukung peningkatan nilai investasi nasional yang mencapai Rp56,6 triliun pada 2018. Total nilai investasi di bidang manufaktur tahun lalu sebesar 222,3 triliun rubel. Industri makanan memberikan kontribusi terbesar hingga 26,67%. Menperin menambahkan, makanan dan minuman Indonesia dikenal berdaya saing di kancah global karena keragaman varietasnya. Hal itu ditandai dengan pencapaian nilai ekspor sebesar USD 29,91 miliar pada tahun 2018. Industri ini secara konsisten menjadi penyumbang terbesar nilai ekspor nasionalnya. Pada tahun 2017, ekspor produk manufaktur dalam negeri sebesar 125,1 miliar dolar AS dan meningkat menjadi 130 miliar dolar AS pada tahun 2018 atau meningkat sebesar 3,98% (Departemen Perindustrian, 2019).

Grafik 1. 1 : Pertumbuhan PDB



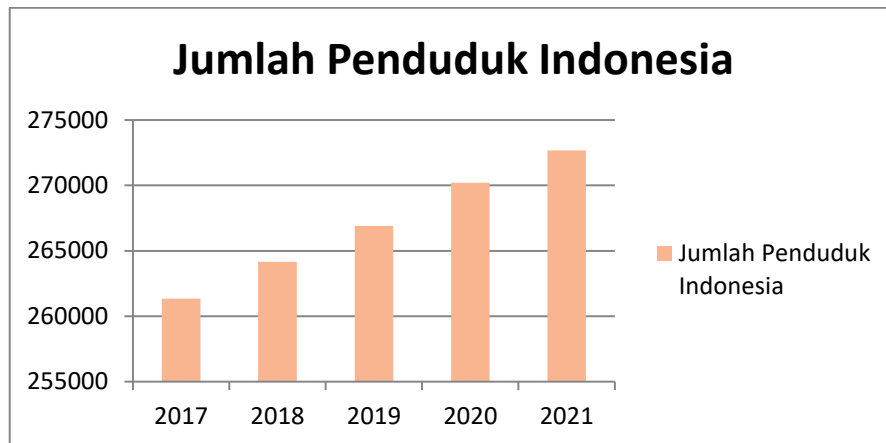
Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), diketahui industri makanan dan minuman pada Pada tahun 2017 PDB Industri makanan dan minuman yang berada pada persentase 9,23%, 2018 berada 7,91, di tahun 2019 7,78, di 3 tahun ini lebih cenderung normal. Pada tahun 2020 1,58 tahun 2021 di 2,54% yang dimana terlihat tahun 2021 sudah menjadi tahun perbaikan. Pertumbuhan industri makanan dan minuman terus mengalami pasang surut yang fluktuatif setiap tahunnya. Pada tahun 2020, PDB industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh sebesar 1,58% atau lebih besar dari pertumbuhan PDB industri pengolahan minyak dan gas yang menyusut 2,52 persen dari PDB nasional yang juga menyusut 2,07 persen. meskipun kita terkena dampak pandemi Covid-19. Namun demikian, industri makanan dan minuman menyumbang 39,01% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas pada periode yang sama, sehingga menjadi subsektor dengan pangsa PDB terbesar. Pada tahun 2020, ekspor industri makanan dan minuman melebihi 31,1 miliar dolar AS dan menyumbang 23,7% dari ekspor industri penyulingan nonmigas. Di sisi lain, industri makanan dan minuman menarik investasi sebesar \$29,4 miliar pada tahun 2020 dan mempekerjakan total 1,1 juta orang (Departemen Perindustrian, 2020).

Perkembangan tahunan perusahaan Makanan & Minuman dalam hal investasi, pangsa PDB, lapangan kerja, dan lainnya membuat perusahaan Food & Beverage mencatat pertumbuhan dan pertumbuhan setiap tahunnya. Hal ini didukung dengan pertumbuhan penduduk Indonesia yang semakin meningkat dan daya beli masyarakat terhadap makanan dan minuman, sehingga banyak bermunculan

perusahaan-perusahaan baru di industri makanan dan minuman karena melihat prospek yang baik di daerah tersebut. Pertumbuhan penduduk Indonesia meningkat selama periode 2016-2021 seperti terlihat pada gambar di bawah ini :

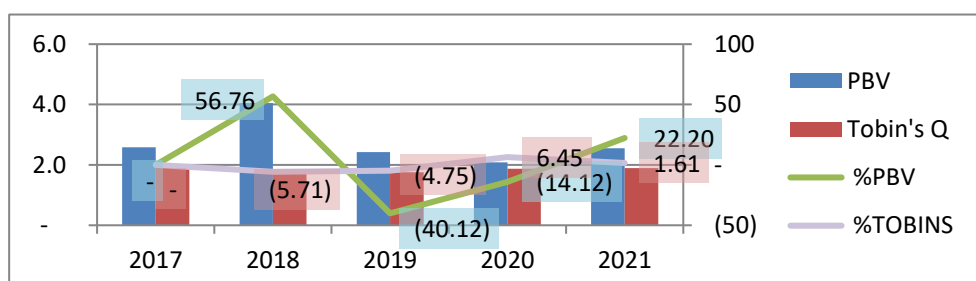
Grafik 1. 2 : Jumlah Penduduk Indonesia



Seiring dengan peningkatan penduduk di Indonesia maka volume kebutuhan makanan dan minuman pun juga dapat meningkat (Rahmansyah & Djumahir, 2018). Namun berdasarkan data-data yang disediakan di Bursa Efek Indonesia yang telah diolah, rata rata nilai perusahaan makanan dan minuman di BEI untuk periode 2018 hingga 2022 menunjukkan adanya fluktuasi dari tahun ke tahun.

Adapun perkembangan nilai perusahaan yang di ukur menggunakan indikator Tobin's Q dan PBV untuk sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan 2022 sebagai berikut :

Grafik 1. 3 : Rata-Rata Nilai Perusahaan



Sumber : Hasil data diolah 2024

Berdasarkan pada Grafik 1.1 diatas dapat dilihat bahwa rata-rata Tobin's Q dan PBV pada perusahaan makanan dan minuman mengalami pergerakan yang

berfluktuasi. Jadi, walaupun dikatakan sebelumnya bahwa perusahaan makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang stabil namun bila rata-rata nilai perusahaannya mengalami fluktuasi maka hal ini dapat mengancam perusahaan. hal ini dikarenakan peningkatan nilai perusahaan membuat investor-investor menjadi tertarik untuk menanamkan modal mereka di perusahaan tersebut dan meningkatnya nilai perusahaan (Rusdiyanto et al., 2019). Maka dari itu penting bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka.

Namun dalam proses pemaksimalan nilai perusahaan sering ditemukan konflik perbedaan kepentingan antara pengelola (agen) dan pemegang saham (prinsipal) atau yang disebut dengan konflik keagenan (*agency conflict*). Apalagi faktor budaya dapat mempengaruhi *agency conflict* yang mana diperlukannya mekanisme *Corporate Governance* yang diharapkan dapat mengurangi masalah-masalah yang timbul dari keagenan ini (Rusdiyanto et al., 2019).

Mekanisme *Corporate Governance* terdiri dari beberapa hal, seperti jumlah kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, jumlah dewan komisaris independen, komite audit, dan komite manajemen risiko. Dengan adanya salah satu mekanisme *Corporate Governance* ini dapat meminimalisir konflik keagenan dengan peningkatan pemantauan terhadap aktifitas yang dilakukan manajemen, lalu membatasi tindakan oportunistik manajemen, dan dapat mengurangi resiko informasi yang dialami oleh para pemegang saham (Heder & Priyadi, 2017). Pelaksanaan *Good Corporate Governance* cukup dibutuhkan agar kepercayaan masyarakat terpenuhi dan menjadi syarat agar perusahaan dapat berkembang dengan baik dan sehat.

Oleh karena itu perusahaan perlu memerhatikan penerapan GCG. Karena dengan adanya *Good Corporate Governance* perusahaan dapat menciptakan nilai tambah dan meningkatkan nilai perusahaan yang mana dapat memberikan keuntungan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan (Setyawan, 2019).

Terdapat hasil yang bervariasi pada penelitian-penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Hasan dan Mildawati (2020), Fatoni (2020), dan Suriana (2017) menunjukkan hasil bahwa *Good Corporate Governance*

berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun tidak dengan penelitian oleh Susilo, dkk (2018), Susanti, dkk (2019), Apriandi, dkk (2022), Muarifah (2020), dan Rahayu (2018) menunjukkan hasil bahwa Good Corporate Governance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain Good Corporate Governance adapun faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pengungkapan Corporate Social Responsibility. Menurut Hapsari, (2023) nilai perusahaan akan terjamin berkembang secara berkelanjutan apabila perusahaan dapat memastikan dimensi lingkungan, dimensi social dan dimensi ekonomi. Konsep Corporate Social Responsibility adalah mengembangkan ekonomi dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan, contohnya adalah perusahaan yang menggunakan sumber daya alam dan memperhatikan dampak terhadap lingkungannya seperti tenaga kerja, limbah, polusi, dan keamanan kualitas produk (Mardianthi & Riduwan, 2021).

Dengan adanya Corporate Social Responsibility menjadi hal yang terpenting untuk perusahaan karena berkaitan dengan kesadaran sosial perusahaan terhadap lingkungan. Apalagi dengan adanya undang-undang yang berlaku mengenai Tanggung Jawab sosial dan Lingkungan, seperti yang dibunyikan dalam undang-undang No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas didalam pasal 74 menyebutkan bahwa “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Diikuti dengan dibentuknya peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Sehingga dengan munculnya regulasi tersebut, Corporate Social Responsibility sekarang tidak menjadi hal yang dianggap sebagai sukarela perusahaan, namun menjadi suatu hal yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan.

Adapun hasil penelitian yang dilakukan Rohmawati & Sutapa (2020) menemukan bahwa terdapat peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam memediasi pengaruh Good Corporate Governance (GCG) terhadap nilai perusahaan. Yang mana hasil tersebut berbandung terbalik dengan penelitian oleh Harlia (2022), yang menunjukkan hasil bahwa Corporate Social Responsibility

tidak dapat memediasi hubungan antara Good Corporate Governance (GCG) terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan yang telah dijabarkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti dan dipaparkan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dapat disusun tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan, khususnya pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dan diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang manajemen. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh perusahaan mengenai pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai perusahaan dengan dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Serta diharapkan dapat memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.