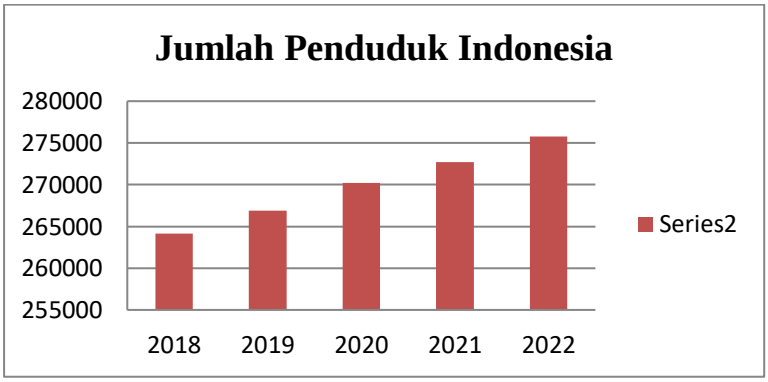
B A B I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era pertumbuhan perusahaan yang semakin meningkat membuat kesadaran akan penerapan tanggung jawab sosial yang menjadi penting seiring dengan meningkatnya kepedulian bagi masyarakat global terhadap produk atau barang yang ramah lingkungan. Penilaian terhadap perusahaan selama ini hanya dilihat berdasarkan pada keuangan, dan informasi dari laba saja. Tanpa disadari bahwa didalam sebuah perusahaan terdapat tanggung jawab sosial yang memiliki pengaruh terhadap nilai kerja suatu perusahaan terutama terhadap perusahaan yang sudah tercatat di dalam BEI (Bursa Efek Indonesia). Berkembangnya sektor industri di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian nasional dan dinilai dapat memberikan dampak positif untuk meningkatkan investasi dan produktivitas perusahaan. Salah satu industri yang berperan penting yaitu industri Makanan dan Minuman, karena mengalami pertumbuhan setiap tahunnya dan dapat mempertahankan kinerjanya ditengah pandemi Covid-19.

Perusahaaan makanan dan minuman merupakan salah satu sekor usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Apalagi dengan terus meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia dari tahun ke tahun. Seperti data dari Badan Pusat Statistik yang menunjukkan peningkatan penduduk Indonesia dari tahun 2018 hingga 2022 dibawah ini :

Grafik 1. 1 : Grafik Jumlah Penduduk Indonesia

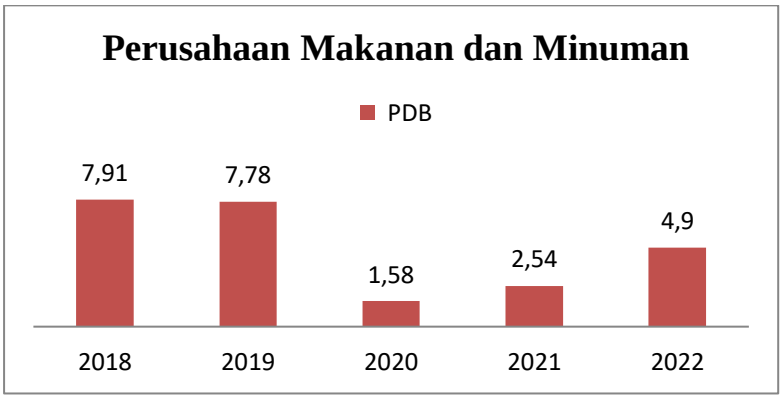


Sumber : Badan Pusat Statistik *www.bps.go.id*

Dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun semakin meningkat. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan dan siap saji ini menyebabkan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru di bidang makanan dan minuman karena mereka menganggap sektor industri *food and beverage* memiliki peluang yang menguntungkan baik di masa sekarang maupun yang akan datang (Aidha Rachman, 2016). Perekonomian yang berkembang sangat cepat dan persaingan antar perusahaan yang semakin meningkat dikarenakan harus mampu melakukan pengelolaan perusahaan secara efektif.

Dapat diketahui bahwa industri makanan dan minuman merupakan sektor yang kuat akan daya saingnya dalam menghadapi persainagan pasar, dikarenakan sektor ini mempunyai sumber daya alam yang memiliki potensial contohnya pertanian, kehutanan, peternakan, perkebunan, dan kelautan. Menurut Kementrian Perindustrian menyebutkan bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2021 ke 2022 sebesar 4,90% menjadi Rp813,06 triliun. Yang mana dapat dilihat pada data dibawah ini :

Grafik 1. 2 : Grafik PDB Perusahaan Makanan dan Minuman



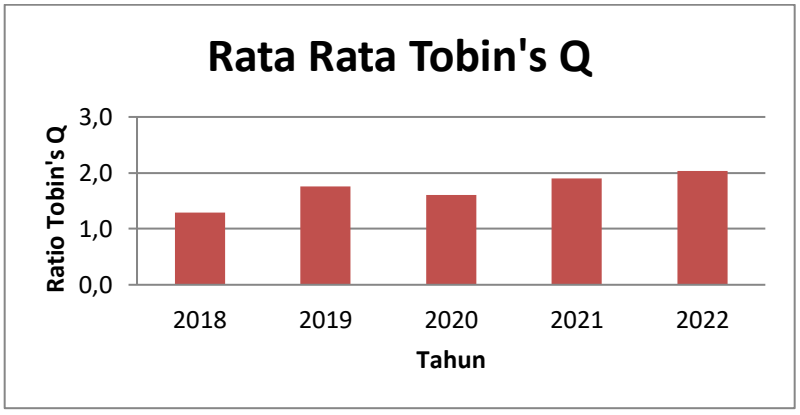
Sumber : Badan Pusat Statistik *www.dataindonesia.id*

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dapat dilihat bahwa PDB industri makanan dan minuman pada tahun 2018 hingga 2022 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018 PDB industri makanan dan minuman memiliki nilai persentase 7,91% dan di tahun 2019 memiliki nilai persentase 7,78% dimana pada 2 tahun ini lebih cenderung stabil. Di tahun 2020 memiliki

nilai persentase 1,58% di tahun 2021 2,54% sedangkan ditahun 2022 memiliki nilai persentase 4,90% maka dari itu di tahun 2022 menjadi tahun perbaikan.

PDB dapat diartikan sebagai nilai barang-barang dan jasa-jasa yang diproduksikan didalam negara dalam satu tahun terterntu. Tingkat pendapatan yang diukur dengan PDB akan mempengaruhi pola konsumsi dan investasi seseorang semakin besar PDB maka jumlah dana untuk berinvestasi dipasar modal semakin tinggi. Sehingga semakin tinggi tingkat permintaan saham akan meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan. Bila nilai perusahaan dapat mencerminkan kesejahteraan pemiliknya dan dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya. Dapat dilihat dari perkembangan rata-rata nilai perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018-2022 pada gambar berikut ini :

Grafik 1. 3 : Grafik Rata-Rata Nilai Perusahaan



Sumber : Data Sekunder Olahan Peniliti

Berdasarkan Gambar 1.3 diatas dapat dilihat bahwa memperoleh rata-rata nilai perusahaan sektor makanan dan minuman yang mengalami fluktuasi. Tetapi terdapat lonjakan yang cukup tinggi yang mana rata-rata nilai perusahaan sebesar 2,03 pada tahun 2022. Meskipun dari tahun 2018 sampai 2020 mengalami penurunan yang cukup tajam. Rendahnya sebuah nilai perusahaan dapat dilihat bahwa investor tidak tertarik terhadap saham perusahaan. Maka dari itu, menurunnya nilai perusahaan pada tahun 2018 hingga tahun 2020 mengindikasikan menurunnya kualitas dan kinerja fundamental perusahaan

tersebut. Terjadinya kenaikan dan penurunan nilai saham ini disebabkan oleh berbagai macam faktor yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance.*

Dapat diketahui dalam peningkatan nilai perusahaan, investor tidak hanya menilai dari kinerja keuangan saja tetapi juga dari segi tata kelola perusahaan dan sampai dimana tanggung jawab sosial perusahaan tersebut terhadap lingkungan sekitarnya. *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab dan *Good Corporate Governance* memiliki tujuan yang sama yaitu stakeholder, yang mana sejalan dengan prinsip utama *Good Corporate Governance* yaitu tanggung jawab (*responsibility)* sementara itu pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* perusahaan sejalan dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas (Alkhairani et al., 2020). Pertanggung jawaban dapat memperoleh suatu legitimasi dan kepercayaan yaitu stakeholder, stakeholder merupakan hal yang sangat penting. Oleh sebab itu investor percaya bahwa suatu perusahaan memiliki keberlanjutan yang lebih pasti apabila perusahaan tersebut dapat melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG).

Pengungkapan CSR merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk tanggung jawab meningkatkan citra perusahaan tersebut, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dapat digunakan sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan karena dapat menarik seorang konsumen. Terwujudnya praktek CSR dan GCG dalam suatu perusahaan maka outcames dari praktek tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut (Kurniasari, 2022), tujuan utama perusahaan IPO biasanya adalah memaksimalkan nilai karena harga saham yang tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan maka investor akan menganggap perusahaan tersebut memiliki reputasi yang baik, karena nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat mencerminkan prospek kekayaan perusahaan di masa depan. Kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangannya. Oleh karena itu, laporan keuangan digunakan sebagai informasi yang dibutuhkan investor dan menjadi salah satu dasar dalam pengambilan keputusan investasi di

pasar modal. Dalam laporan keuangan tersebut investor mengetahui nilai suatu perusahaan yang dibuktikan dengan harga saham tersebut diperdagangkan. Mengingat pentingnya laporan keuangan, maka perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) wajib menyampaikan laporan keuangan dan laporan tahunan kepada bursa, investasi, dan masyarakat setiap tahunnya (Hariani, 2017). Dalam hal ini nilai perusahaan adalah landasan etika yang digunakan untuk mencapai visi dan misi perusahaan mereka. berupa kejujuran, keadilan dan bagaimana masyarakat mempercayai perusahaan. Metode alternatif yang digunakan untuk mengevaluasi nilai suatu perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q.

(Murnita dan Putra, 2018) mengatakan, Meningkatkan sebuah nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, sebab dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti perusahaan juga berupaya untuk meningkatkan tujuan dari perusahaan. Untuk mencapai sebuah tujuan suatu perusahaan diperlukan sinergi dan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan tentunya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan antara perusahaan dan lingkungan, karena lingkungan dapat memberikan kontribusi bagi kelangsungan perusahaan dan juga kesejahteraan sosial.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan menunjukkan hasil yang berbeda-beda, penelitian oleh Nida Khoirun, dkk (2022), Priscila Patricia Apriani (2023), M. Iqbal, dkk (2018), Bella Angraini, dkk (2023), Desita Riyanta (2020) menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian oleh Yustisia Puspaningrum (2017), Devintya Aleyda Epyfami (2023), Eni Indriani, dkk (2022), Maria Yuvianita, dkk (2022), Alviya Rahayu, dkk (2022) menunjukkan hasil yang berbanding terbalik yang mana *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Secara fundamental, terdapat beberapa aspek yang memengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah aspek *Good Corporate Governance*. *Corporate Governance* adalah suatu sistem pengawasan dan pengendalian suatu perusahaan yang diharapkan mampu mengoptimalkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Penerapan tata kelola perusahaan dapat dilakukan melalui mekanisme pengawasan untuk menghemat berbagai manfaat dan melindungi berbagai kepentingan. Penerapan sebuah *Good Corporate Governance (GCG)* di Indonesia sampai saat ini masih belum memenuhi harapan semua pihak. *Good Corporate Governance (GCG)* semakin penting dalam praktik bisnis Indonesia. Oleh karena itu penerapan *Good Corporate Governance (GCG)* memerlukan suatu komitmen yang kuat untuk mewujudkannya. Penerapan *Good Corporate Governance (GCG)* sangat diperhatikan oleh para-para investor dalam melakukan keputusan investasi. Adanya *Good Corporate Governance (GCG)* akan meyakinkan para investor bahwa perusahaan telah mengendalikan dengan baik oleh manajemen untuk kelangsungan hidup sebuah perusahaan dan juga untuk kepentingan para pemegang sahamnya (Karina, 2020).

Proksi yang digunakan untuk mengukur *Good Corporate Governance (GCG)* dalam penelitian ini yaitu Dewan Komisaris Independen, Dewan Komisaris adalah mekanisme tata kelola perusahaan yang efektif untuk menyelesaikan masalah keagenan karena komisaris independen dapat menjelaskan kepada manajer terkait tujuan pemegang saham (Oktari et al., 2018).

Dalam penelitian sebelumnya yaitu (Riyanta Mitra Karina et al., 2020a) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan GCG tidak dapat memperkuat atau dengan kata lain yaitu memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. (Firmansyah et al., 2020) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan GCG dapat memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. (Puspitasari et al., 2019) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan GCG memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

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

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *Good Corporate Governance* (GCG)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *Good Corporate Governance* (GCG).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori dan pengetahuan di bidang ilmu ekonomi manajemen hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang tidak hanya mengenai informasi laba saja yang ada pada nilai

perusahaan, melainkan informasi yang mengandung tentang tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan kepada investor dalam proses pengambilan keputusan, terutama pada aspek nilai perusahaan yang berkaitan dengan *Good Corporate Governance* pada hubungan *Corporate Social Responsibility*.