

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan suatu badan usaha yang menghasilkan produk dan jasa yang dapat digunakan untuk kepentingan masyarakat. Menurut UU No. 13 Tahun 2003 perusahaan merupakan suatu bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik perseorangan, milik persekutuan, atau milik badan hukum, baik milik swasta ataupun milik negara yang memperkerjakan pekerja atau buruh dengan bentuk upah atau imbalan dalam bentuk lain.

Peran perusahaan memiliki posisi yang strategis dalam mendukung pembangunan suatu negara. Di Indonesia, terdapat sub sektor yang dianggap memiliki peran kunci dalam membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia yaitu sub sektor makanan dan minuman (*FNB*), sub sektorkimia, farmasi, dan obat tradisional, sub sektor industri barang logam, komputer, barang elektronik, optik, dan peralatan listrik, sub sektor industri alat angkutan, serta sub sektor industri tekstil dan pakaian jadi. Sub sektor *food and beverage* dianggap relevan dalam penelitian ini dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi. Selain itu berdasarkan grafik di bawah ini sub sektor *food and beverage* merupakan sub sektor yang memiliki nilai Produk Domestik Bruto (PDB) paling tinggi dibandingkan dengan sub sektor lainnya dengan nilai sebesar 6,66%.



Gambar 1. 1 Grafik PDB Sektor Manufaktur

Sumber : Kemenperin.go.id, diolah oleh peneliti

Perusahaan dikategorikan menjadi beberapa sektor salah satunya sektor manufaktur. Sektor manufaktur merupakan suatu perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi sehingga memiliki nilai jual di mata masyarakat. Di dalam sektor manufaktur dibagi menjadi beberapa sub sektor salah satunya sub sektor makanan dan minuman (FNB). Pada sub sektor ini difokuskan untuk mengelola makanan dan minuman yang dikonsumsi masyarakat.

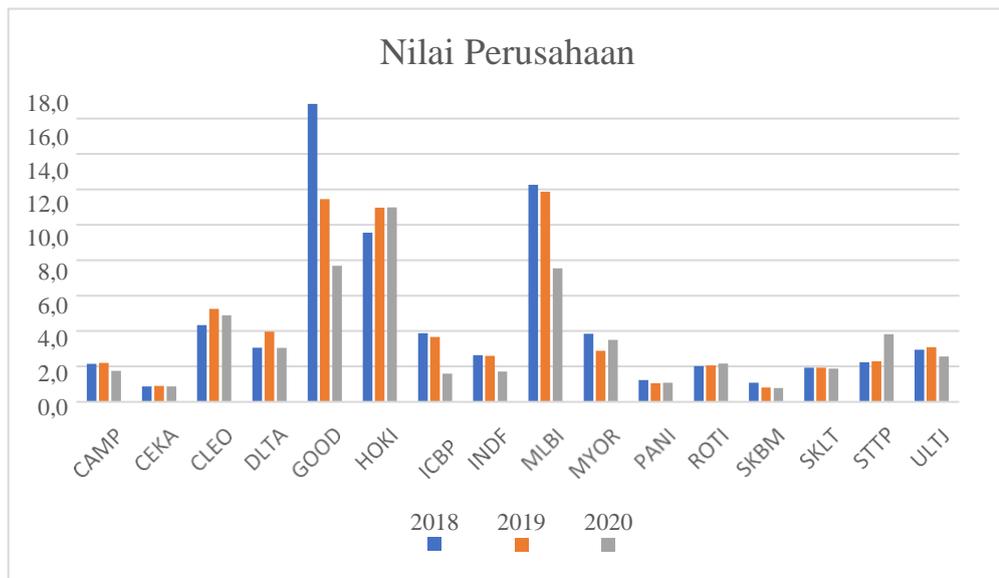
Tujuan didirikannya perusahaan yaitu memperoleh keuntungan maksimal. Namun selain memperoleh keuntungan yang maksimal perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk memedulikan lingkungan sekitarnya. Hal ini sesuai dengan konsep *triple bottom line* di mana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (*profit*), memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam

(*planet*) (Wibisono, 2007).

Dalam mengelola perusahaan yang baik salah satu faktor pendukung yang paling penting adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah suatu keadaan yang telah dicapai sebagai keberhasilan perusahaan dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan melalui proses kegiatan dari awal perusahaan didirikan hingga saat ini (Lesmana et al., 2020). Definisi singkatnya nilai perusahaan adalah gambaran dari suatu perusahaan (Sondakh & Morasa, 2019). Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan yaitu harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi juga nilai perusahaan sehingga akan mempengaruhi keputusan investor dalam melakukan pengambilan keputusan. Selain harga saham hutang juga menjadi faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi pendanaan perusahaan dengan hutang maka semakin besar juga risiko perusahaan tersebut mengalami kesulitan keuangan (Rahayu & Sari, 2018). Faktor lain yang tidak kalah penting yaitu total aset perusahaan. Apabila perusahaan memiliki total aset yang besar maka pihak manajemen dapat mengendalikan aset tersebut dan meningkatkan nilai perusahaan (Rahayu & Sari, 2018).

Dengan baiknya nilai perusahaan maka akan dipandang baik oleh investor maupun calon investor sehingga investor maupun calon investor akan berlomba-lomba untuk berinvestasi di perusahaan tersebut guna mendapatkan pengembalian (*return*) yang diharapkan. Nilai perusahaan yang baik bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia akan menjadi sorotan bagi

investor maupun calon investor. Investor maupun calon investor lebih tertarik kepada perusahaan yang memiliki nilai yang baik dikarenakan investor maupun calon investor akan mendapatkan kesejahteraan yang akan diterima dari perusahaan tersebut. Terdapat suatu realitas berdasarkan grafik di bawah ini.



Gambar 1. 2 Grafik Nilai Perusahaan

Sumber : Laporan Tahunan dan Harga Saham Perusahaan Manufaktur Sub sektor *Food and Beverage* (2018-2019), diolah oleh peneliti

Berdasarkan grafik di atas terdapat 16 perusahaan manufaktur sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. Titik terendah penurunan nilai perusahaan dimiliki oleh PT Pratama Abadi Nusa Industri (PANI) dengan nilai sebesar 1,1. Namun demikian terdapat juga beberapa perusahaan yang mengalami kenaikan nilai yaitu pada Siantar Top di mana nilai perusahaan berada di titik 3,8 pada tahun 2020 dari titik 2,2 pada tahun 2018. Selain itu, terdapat beberapa perusahaan yang memiliki nilai statis yaitu PT

Buyung Poetra Sembada (HOKI) yang memiliki nilai sebesar 9,6 pada tahun 2018 dan nilai sebesar 11 pada tahun 2019 & 2020. Penurunan yang paling intens terjadi pada PT Garudafood Putra Putri Jaya (GOOD) yaitu sebesar 16,8 pada tahun 2018 dan turun menjadi 7,7 pada tahun 2020.

Berdasarkan laman resmi dari PT Garudafood Putra Putri Jaya ditunjukkan bahwa penerapan CSR pada tahun 2018 sebanyak 2 program saja yaitu berupa pemberian seminar dan bantuan trauma terapi bagi korban gempa di Palu. Pada tahun 2019 PT Garudafood Putra Putri Jaya menerapkan 16 program CSR berupa seminar, trauma terapi lanjutan, dan pemberdayaan kampung wirausaha di area Jabodetabek oleh PT Garudafood Putra Putri Jaya. Pada tahun 2020 PT Garudafood hanya menerapkan 3 program CSR di antaranya terapi trauma pada korban banjir di Banten dan pembagian alat Kesehatan berupa masker dan *hand sanitizer*.

Berdasarkan fenomena di atas sebagian besar kondisi perusahaan manufaktur sub sektor *Food and Beverage* sedang kurang optimal dikarenakan terdapat penurunan nilai perusahaan khususnya pada tahun 2020. Nilai perusahaan yang baik akan meningkat tiap tahunnya dikarenakan tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan dan menyejahterakan para pemegang saham (Suwardika & Mustanda, 2017). Tetapi realitas yang dihadapi adalah terjadinya penurunan nilai perusahaan yang mana kurang sesuai dengan teori di mana nilai perusahaan yang baik akan meningkat tiap tahunnya. Maka dari itu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi adanya penurunan nilai perusahaan yaitu CSR dan kontribusi kinerja keuangan.

CSR merupakan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan dengan sukarela yang memfokuskan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan investor (Simaremare & Gao, 2018). Penerapan CSR ini telah diatur di dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas khususnya pasal 74 ayat 1 yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.”. Penerapan CSR penting diterapkan di dalam perusahaan dikarenakan perusahaan merupakan bagian dari masyarakat yang mana wajar apabila perusahaan memikirkan kepentingan masyarakat, perusahaan dan masyarakat seharusnya memiliki simbiosis mutualisme di mana kedua belah pihak saling menguntungkan. dan penerapan CSR merupakan salah satu cara untuk menghindari konflik sosial (Nur Anisah, 2017).

CSR diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memperoleh pengakuan sosial dikarenakan investor cenderung tertarik pada perusahaan yang telah menerapkan CSR dibandingkan pada perusahaan yang belum menerapkan CSR. Dengan adanya penerapan CSR kinerja keuangan akan meningkat dikarenakan investor akan menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut karena perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif dibanding perusahaan yang tidak menerapkan CSR (Simaremare & Gao, 2018). Penerapan CSR juga dianggap sebagai strategi yang diterapkan oleh perusahaan dikarenakan perlu adanya pengakuan dari masyarakat bahwa perusahaan telah menerapkan nilai yang sesuai dengan masyarakat (Wardani

& Sa'adah, 2020).

Kinerja keuangan yang baik berperan dalam meningkatkan investasi dan harga saham. Kinerja keuangan merupakan salah satu indikator yang mempengaruhi penilaian investor dalam melakukan investasi (Wardani & Sa'adah, 2020). Kinerja keuangan yang baik akan memberikan sinyal positif terhadap investor dalam melakukan investasi (Handayani, 2019). Kinerja keuangan juga berhubungan dengan peningkatan nilai perusahaan dikarenakan kinerja keuangan yang baik akan mendatangkan banyak investor yang akan berinvestasi sehingga menyebabkan nilai perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham meningkat (Rahmi et al., 2019). Kinerja keuangan dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas yaitu *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). ROA merupakan rasio yang menunjukkan tingkat pengembalian total aktiva yang digunakan oleh perusahaan (Simaremare & Gao, 2018) sedangkan ROE merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan pengembalian investasi para pemegang saham (Sandra & Latief, 2021). Ketiga rasio ini sangat penting dalam menunjang nilai perusahaan dikarenakan apabila ketiga rasio ini menunjukkan nilai yang semakin tinggi maka investor akan semakin tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang penting diterapkan di dalam perusahaan untuk menunjang nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan oleh (Santoso, 2021) bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nur Hakim

et al., 2019; Rahmi et al., 2019) bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penerapan CSR dalam suatu perusahaan juga memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Wirajaya, 2019; Simaremare & Gao, 2018) bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmi et al., 2019) yang menyatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan adanya inkonsistensi penelitian karena adanya kesenjangan (*gap*) yang terjadi pada penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian dan penjelasan fenomena di atas maka dari itu penelitian ini mengambil judul “**Analisis *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel *intervening* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018- 2020.**”

1.2 Rumusan Masalah

Dari hasil penjelasan latar belakang penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
3. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah kinerja keuangan dapat memediasi *corporate social responsibility*

dan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.
2. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan.
3. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kinerja keuangan dalam memediasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak lain yang membutuhkan. Manfaat dari penelitian ini di antaranya:

a. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi :

- Bidang ilmu akuntansi khususnya akuntansi keuangan.
- Sebagai masukan dan penambah bukti mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kinerja

keuangan sebagai *variable intervening*.

b. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi:

1. Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas dalam bidang akuntansi keuangan dan juga dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan masyarakat.

2. Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman terkait pentingnya penerapan *corporate social responsibility* dalam sebuah perusahaan *go public*.

3. Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang luas khususnya pada masyarakat yang membutuhkan informasi tentang penerapan *corporate social responsibility*.