

BAB I

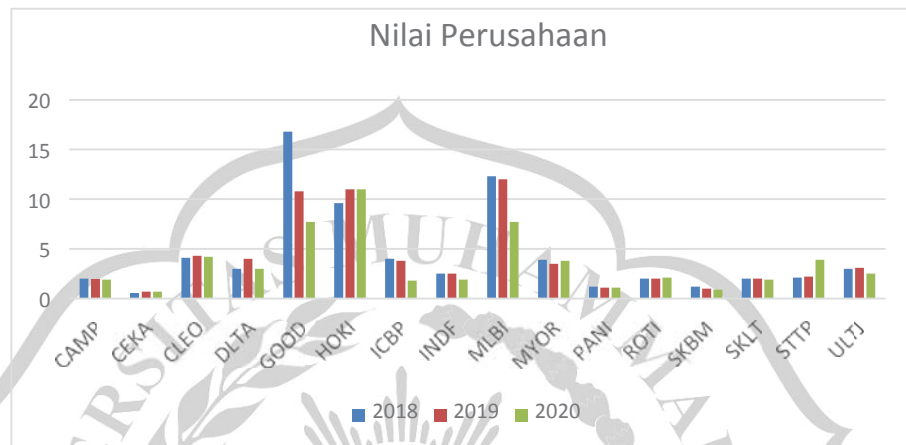
PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Persaingan industri yang semakin ketat, membuat setiap perusahaan berupaya mencapai tujuannya yaitu mensejahterakan pemilik perusahaannya, mencapai keuntungan yang maksimal serta memberi keputusan terhadap investor perusahaan (Taufiqurrahman & Hidayati, 2022). Salah satu faktor pendukung yang paling penting untuk mengelola perusahaan yang baik adalah nilai perusahaan, 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 untuk mendapatkan (*return*) yang diharapkan (Revaliana & Budiwitjakson, 2022). Pada hakikatnya setiap perusahaan memiliki strategi dan tujuan tertentu dalam mempertahankan nilai perusahaan (Natrion & Rahmawati, 2021), Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di sektor barang konsumsi primer (*non-cyclical*).

Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi primer merupakan salah satu sektor yang mampu mendukung kelancaran aktivitas perekonomian. Sektor ini cukup banyak diminati oleh para investor karena sektor ini mampu bertahan ditengah kondisi perekonomian yang kurang baik, sehingga sektor ini diduga dapat memberikan prospek yang menguntungkan dimasa yang akan datang (Aisah & Widjanarko, 2022). Namun, pada tahun 2020 perusahaan

barang konsumsi primer, khususnya *Food and Beverage* sedang kurang optimal dikarenakan terdapat penurunan nilai perusahaan. Fenomena ini dijelaskan dengan grafik dibawah ini:



Gambar 1.1 Data Nilai Perusahaan Barang Konsumsi Primer Periode 2018-2020

Berdasarkan grafik diatas terdapat 16 perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. Titik terendah penurunan nilai perusahaan dimiliki oleh PT Pratam Abadi Nusa Industri (PANI) dengan nilai sebesar 1,1. Namun demikian terdapat juga beberapa perusahaan yang mengalami kenaikan nilai yaitu pada PT Siantar Top dimana 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 pada 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 Garuda food Putra Putri Jaya (GOOD) yaitu sebesar 16,8 pada tahun 2018 dan turun menjadi 7,7 pada tahun 2020.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penting bagi perusahaan barang konsumsi untuk menjaga persepsi investor yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan Tobin's Q yang dapat memberikan informasi paling baik karena dalam perhitungannya memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, juga seluruh aset perusahaan (Cahyanto, dkk, 2014). Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau disebut juga dengan tanggung jawab sosial dan Ukuran Direksi.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Revaliana & Budiwitjaksono (2022), Marina, dkk (2018) dan Rahmantari (2021). Perusahaan manufaktur, termasuk perusahaan industri barang konsumsi primer mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam adanya permasalahan polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Proses produksi dalam perusahaan akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan. Oleh karena itu, muncul pula kesadaran yang berasal dari perusahaan swasta dalam mengurangi dampak negatif tersebut yaitu dengan mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial atau pengungkapan CSR (Safira & Widajantie, 2021).

Berdasarkan data statistik bulanan Bursa Efek Indonesia (BEI) pada bulan agustus, indeks saham barang konsumen primer tercatat minus sebesar

16,33 % sejak awal tahun ini secara *year to date* (YTD). Bahkan secara tahunan indeks tersebut turun mencapai sebesar 19,06 %. Menurut Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks barang konsumen primer masih belum lepas dari zona kontraksi yang terkoreksi sebesar 15,84 % secara *year to date*. Pada posisi pergerakan saham seperti itu, indeks barang konsumen primer tercatat memiliki kinerja yang buruk. Sebagai perbandingan, indeks sektor barang konsumen non-primer (cyclical) saat ini justru tumbuh sebesar 6,95 % secara *year to date*. Indeks sektor finansial juga tumbuh sebesar 9,93 %, infrastruktur sebesar 12,31 %, dan transportasi dan logistik sebesar 21,50 %.

Dari data statistik bulanan Bursa Efek Indonesia (BEI) terlihat bahwa indeks sektor barang konsumen primer ini di isi sejumlah emiten atau perusahaan tercatat di berbagai sub sektor, seperti perusahaan makanan-minuman, ritel, rokok dan produk rumah tangga yang tidak tahan lama. Dari data yang sama juga mengungkapkan ada beberapa perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar terbesar pada indeks sektor tersebut seperti PT Unilever Indonesia Tbk dengan nilai sebesar Rp.154,5 triliun, PT Charoen Pokphand Tbk sebesar Rp.104,9 triliun dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk sebesar Rp.98,3 triliun.

Harga saham Unilever secara *year to date* sudah menurun sebesar 11,69 %, Indofood CBP sebesar 9,16 %, kecuali harga saham Charoen Pokphand masih naik tipis sebesar 4,25 %. Selain itu, perusahaan barang konsumen primer yang mengalami penurunan nilai perusahaan secara intens yaitu PT Garuda Food Putra Putri Jaya (GOOD), berdasarkan laman resmi

dari PT Garuda food Putra Putri Jaya menunjukkan 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 Garuda food Putra Putri Jaya menerapkan 16 program CSR berupa seminar, trauma terapi lanjutan, dan pemberdayaan kampung wirausaha di area Jabodetabek oleh PT Garuda food Putra Putri Jaya. Pada tahun 2020 PT Garuda food hanya menerapkan 3 program CSR diantaranya terapi trauma pada korban banjir di Banten dan pembagian alat kesehatan berupa masker dan *hand sanitizer*. Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan dapat menciptakan image yang baik sehingga menimbulkan penilaian positif dari masing-masing pemangku kepentingan (Lastanti & Salim, 2019).

Menurut teori sinyal yang menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memberikan sinyal positif kepada para investor bahwa perusahaan telah memperdulikan lingkungan sosial, perusahaan akan memiliki reputasi yang baik sehingga investor akan tertarik untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut, hal ini tentu saja akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cristofel & Kurniawati (2021), Santoso (2021), Nabila & Wuryani (2021) membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Anwar dkk (2021), Natrion & Rahmawati (2021), menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu, ukuran direksi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Wardoyo & Verinica (2013), Rahmania (2018) dan Purwitaningsari (2021). Ukuran direksi adalah jumlah keseluruhan dari dewan direksi pada suatu perusahaan (Mangatas, dkk, 2018). Direksi berperan sebagai pengelola perusahaan yang kedudukannya bertanggung jawab secara penuh atas kegiatan operasional perusahaan. Dewan direksi merupakan salah satu komponen *Corporate Governance* (CG) yang mewakili transparansi dan responsibilitas (Gladies, dkk, 2019). Menurut Pangaribuan (2017) direksi akan menentukan kebijakan yang akan diambil atau sebuah strategi perusahaan dalam jangka pendek maupun panjang. Direksi mempunyai kekuatan yang besar dalam mengelola sumber daya di dalam suatu perusahaan (Atmaja, 2018).

Berdasarkan teori sinyal, melalui *Corporate Governance* (CG) yang disiplin dan baik maka, ukuran direksi dapat dijadikan sebagai alat untuk menarik perhatian investor agar dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena sinyal yang diberikan manajemen berupa informasi tentang apa saja yang telah dilakukan atau dicapai perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rusnaldi dkk (2022), Nulhaniya dkk (2018), Hansen & Zubaidi (2022) membuktikan bahwa ukuran dewan direksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mangatas, dkk (2018), Mary (2019), Carolina dkk (2020) membuktikan bahwa ukuran direksi berpengaruh negatif signifikan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran direksi. Peneliti juga tertarik menjadikan perusahaan barang konsumsi primer (*non-cyclical*) sebagai objek penelitian, karena perusahaan yang bergerak dibidang konsumsi cukup banyak mengalami fluktuasi nilai perusahaan, hal ini dapat mengganggu aktivitas kelancaran perekonomian. Selain itu, adanya beberapa perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk menambahkan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi.

Kinerja keuangan merupakan suatu parameter yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan laba dan penjelasan kegiatan operasional perusahaan dalam satu periode (Simaremare & Gaol, 2018). Kinerja keuangan perusahaan diketahui sebagai profitabilitas yang merupakan prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan tercatat dalam laporan keuangan perusahaan, sehingga prestasi yang telah dijalankan oleh manajemen dapat dievaluasi dan dapat ditingkatkan untuk tahun berikutnya. Pemilik modal juga menilai sebuah perusahaan dari baik atau buruknya kinerja perusahaan, yang juga akan menjadi pengaruh pandangan para pemilik modal pada perusahaan tersebut. Kinerja perusahaan dapat digambarkan melalui kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan pada operasi usahanya.

Pengukuran kinerja keuangan adalah salah satu indikator yang digunakan oleh pemilik modal untuk menilai harga saham perusahaan di

Bursa Efek Indonesia (BEI). Semakin baik kinerja perusahaan maka akan semakin banyak return yang diberikan oleh seorang pemilik modal. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Taufik Hidayat, dkk (2021), Neliana & Destiana (2021), Liswatin & Sumarata (2022) membuktikan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh AT Susanto (2020), Anggraini & Asyik (2022), Yuniarti dkk (2022) membuktikan kinerja keuangan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Revaliana & Budiwitjacksono (2022) yang meneliti *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dengan menambahkan satu variabel *independent* yaitu variabel ukuran direksi karena ukuran direksi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ningrum & Rasmini (2022), Antari dkk (2022), Anisa & Andriyani (2020) membuktikan bahwa ukuran direksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Purwitaningsari (2021), Husaini & Saiful (2017), Hansen & Zubaidi (2022) membuktikan bahwa ukuran direksi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Peneliti juga menggunakan perusahaan sektor barang konsumsi primer (*non-cyclical*) sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan sektor *food and baverage* sebagai objek penelitian.

Berdasarkan data dan pernyataan-pernyataan yang telah diuraikan diatas maka penelitian ini mengambil judul : **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Direksi terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi pada perusahaan Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2021”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan?
2. Apakah ukuran direksi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan?
3. Apakah Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ukuran direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah kinerja keuangan dapat memediasi hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah kinerja keuangan dapat memediasi hubungan antara ukuran direksi terhadap nilai perusahaan?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang akan diteliti menjadi lebih terfokus pada tujuan penelitian. Maka peneliti memandang permasalahan dalam penelitian ini yang perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021.
2. Peneliti membatasi hanya dengan Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Direksi sebagai variabel bebas, dan variabel terikat nilai perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel mediasi.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan perumusan masalah yang telah diajukan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh positif Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan.
2. Untuk menguji pengaruh positif ukuran direksi terhadap kinerja keuangan.
3. Untuk menguji pengaruh positif Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji pengaruh positif ukuran direksi terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menguji pengaruh positif kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk menguji kinerja keuangan mampu memediasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan.
7. Untuk menguji kinerja keuangan mampu memediasi ukuran direksi terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Penulis harap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat ,antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sumber referensi pada pengembangan teori mengenai *signal theory*, *stewardship theory*, *corporate social responsibility*, ukuran direksi dan kinerja keuangan yang diterapkan pada suatu perusahaan serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi untuk perusahaan terkait hal-hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini juga bisa menjadi salah satu referensi investor untuk mempertimbangkan kebijakan atau keputusan yang dibuat. Selain itu penelitian ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi pada suatu perusahaan.