BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi merupakan proses yang ditandai dengan adanya perubahan akan kondisi perekonomian negara secara berkelanjutan untuk mencapai keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi di suatu negara biasa dijadikan sebagai salah satu alat ukur untuk menganalisa tingkat perkembangan perekonomian negara tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pencapaian pertumbuhan ekonomi pada suatu negara adalah investasi, Sukirno (2016:44). Sebagian ahli ekonomi memandang pembentukan dari investasi merupakan faktor penting yang berperan besar dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu negara.

Suatu negara dapat diukur perkembangannya melalui pasar modal negara tersebut. Pasar modal memiliki peran besar bagi perekonomian negara dengan menjalankan dua fungsi sekaligus yaitu, fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Fungsi pertama dari pasar modal adalah fungsi ekonomi yaitu, pasar modal sebagai pasar yang menyediakan fasilitas dalam mempertemukan dua pihak berkepentingan yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana atau investor dan pihak yang memerlukan dana atau *issuer*.

Tandelilin (2017:25) menyatakan pasar modal memiliki peran sebagai lembaga perantara (*intermediaries)* untuk menghubungkan pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang mempunyai kelebihan dana (investor) melalui jual beli

sekuritas. Keberadaan pasar modal membuat para pihak yang memiliki dana (investor) dapat menginvestasikan dananya untuk memperoleh imbalan (*return*) dan bagi perusahaan (*issuer*) adanya pasar modal digunakan sebagai tempat memperoleh dana tanpa harus menunggu tersedianya dana dari operasional untuk investasi perusahaan.

Fungsi kedua dari pasar modal adalah fungsi keuangan yaitu, pasar modal mampu memberikan kemungkinan dan kesempatan bagi para pemilik dana untuk dapat memperoleh imbalan (*return*) sesuai dengan karakteristik investasi yang dipilih. Investor yang hendak berinvestasi di pasar modal dibebaskan dalam memilih perusahaan untuk menginvestasikan dananya. Pada umumnya para investor saat hendak menanamkan dananya akan memperhitungkan mulai dari karakteristik keuntungan hingga risiko masing-masing instrumen keuangan berupa saham, surat utang (obligasi), reksadana, ataupun instrumen lainnya, (Azis, Mintarti, dan Nadir, 2015:15).

Dana yang didapatkan oleh perusahaan dari pasar modal dapat dipergunakan untuk pengembangan usaha ataupun penambahan modal kerja. Keberadaan pasar modal diharapkan dapat meningkatkan aktivitas perekonomian dan menjadi opsi pendanaan bagi perusahaan untuk beroperasi dengan skala lebih luas hingga mampu meningkatkan pendapatan usahanya dan memakmurkan masyarakat luas.

Landasan hukum yang membahas mengenai pasar Modal terdapat di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995. Undang-Undang mengenai pasar modal memaparkan ketentuan umum dalam pasar modal, maksud dari adanya pasar modal, peraturan dan ketentuan aktivitas di pasar modal hingga

menetapkan pihak resmi yang menyelenggarakan transaksi dalam pasar modal. Bursa Efek Indonesia (BEI) disebutkan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 Pasar Modal BAB III sebagai pihak resmi yang menyelenggarakan perdagangan efek dengan menyediakan sistem atau sarana dalam mempertemukan penjual dan pembeli efek perusahaan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 Pasar Modal BAB III (Bursa Efek, Lembaga Kliring, dan Pinjaman serta Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian) menjelaskan mengenai fungsi, syarat dan ketentuan aktivitas di Bursa Efek, Lembaga Kliring dan Penjaminan, dan juga Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian. Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan lembaga resmi dari pemerintah Indonesia yang memfasilitasi semua kegiatan jual beli saham perusahaan dengan menyediakan infrastruktur dalam mendukung terselenggaranya perdagangan efek. Syarat perusahaan untuk dapat menerbitkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) diharuskan sudah mendaftarkan perusahaannya menjadi perusahaan terbuka (*go public*).

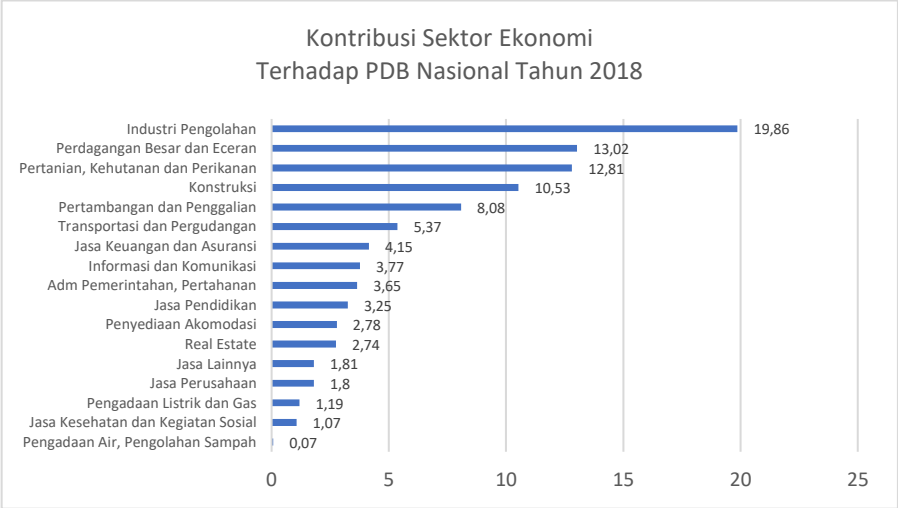
Perusahaan dinyatakan telah menjadi perusahaan *go public* (terbuka) akan memiliki tanggal saat pertama kali mendaftarkan perusahaannya menjadi perusahaan terbuka. Tanggal pertama kali perusahaan terdaftar sebagai perusahaan terbuka (*go public)* menjadi tanggal penawaran saham perdana pada masyarakat luas yang dikenal dengan sebutan IPO atau *Initial Public Offering*. Perusahaan terbuka merupakan perusahaan yang memberikan penawaran sahamnya kepada masyarakat luas maka ketika masyarakat ingin berinvestasi dengan membeli saham melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) pilihan perusahaan yang terdaftar sudah

merupakan perusahaan terbuka. Pemilihan perusahaan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan sektor usaha pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui (www.idx.co.id) tercatat 674 perusahaan terbuka yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) per tahun 2020.

Bursa Efek Indonesia (BEI) telah menetapkan sebuah klasifikasi industri bagi perusahaan tercatat dengan dikelompokkan dan dibagi kedalam sektor industri yang dinamakan Jakarta *Stock Exchange Industrial Classification* (JASICA). Perusahaan yang dikelompokkan berdasarkan JASICA terdiri dari, sektor utama, sektor manufaktur, dan sektor jasa. Sektor utama meliputi: sektor pertanian dan sektor pertambangan. Sektor manufaktur meliputi: sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, sektor barang dan konsumsi. Sektor jasa meliputi: sektor properti, real estate dan konstruksi bangunan, sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi, sektor keuangan, sektor perdagangan, jasa dan investasi (www.idx.co.id, 2020).

Sektor industri manufaktur merupakan cabang industri berisi perusahaan yang operasionalnya mengelola bahan mentah manjadi barang jadi untuk dipasarkan kepada masyarakat. Sektor industri manufaktur merupakan salah satu industri yang membawa pengaruh besar bagi penggerak ekonomi negara dalam perkembangan Indonesia. Keberadaan dari sektor industri manufaktur mampu menghasilkan produk berkualitas yang bernilai tambah dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan lebih luas. Pada tahun 2018 industri manufaktur berhasil memberikan kontribusi terbesar dalam sektor ekonomi nasional melalui Produk Domestik Bruto (PDB) yang diberikan.

Produk Domestik Bruto (PDB) atau dalam bahasa inggris disebut GDP (*Gross Domestic Product*) merupakan salah satu ukuran penting dan sering digunakan untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara dalam periode tertentu. Produk Domestik Bruto (PDB) dinilai sebagai statistika perekonomian yang paling diperhatikan karena menjadi ukuran tunggal terbaik terhadap kesejahteraan masyarakat luas (Sukirno, 2016:34). Kontribusi yang diberikan masing-masing industri terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional tahun 2018 dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



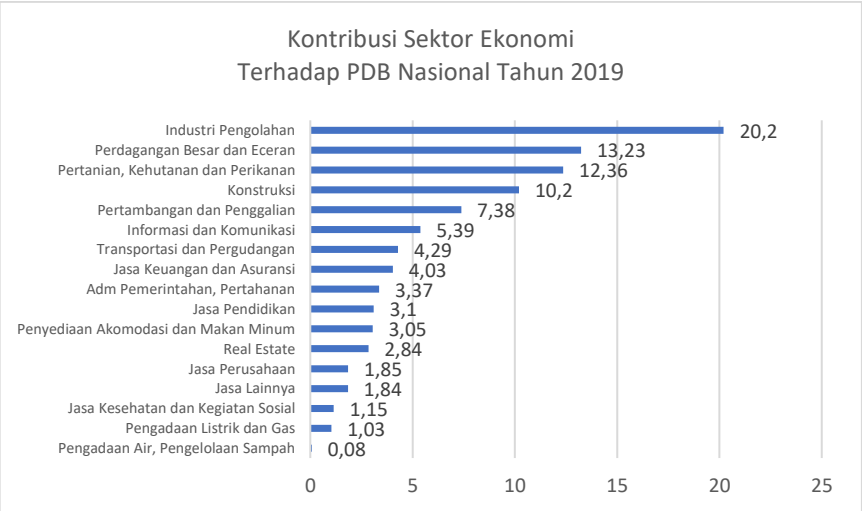
Sumber: BPS.go.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.1
Kontribusi Sektor Ekonomi Terhadap PDB Nasional Tahun 2018
(dalam satuan persen)

Gambar 1.1 memperlihatkan industri manufaktur mampu memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 19,86%. Nilai kontribusi yang diberikan sektor industri manufaktur memperlihatkan bahwa industri manufaktur sebagai kontributor terbesar dibandingkan sektor industri lainnya. Sesuai dengan pernyataan Mentri Perindustrian, Airlangga Hartanto yang

dilansir melalui laman resmi Kementerian Perindustrian (www.kemepnrin.go.id) pada 09/02/2019, menyatakan “industri manufaktur masih menjadi penyokong utama pertumbuhan ekonomi nasional yang tercatat sepanjang tahun 2018 berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 19,86% dengan diperkuat oleh industri baja dan otomotif, elektronika, kimia, farmasi serta industri makanan dan minuman”.

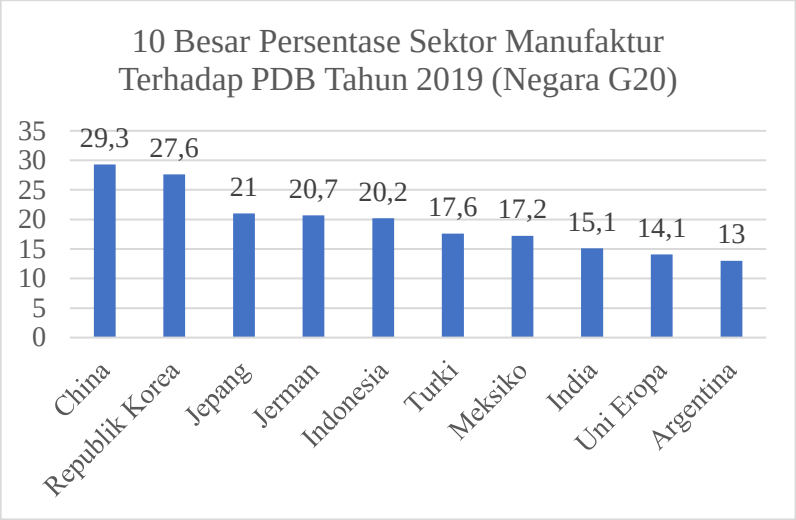
Kontribusi sektor industri manufaktur terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dengan nilai yang tinggi, membuat pemerintah ingin meningkatkan pemerataan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dengan berfokus pada sektor pengolahan sumber daya alam melalui pendekatan rantai pasok dari hulu ke hilir untuk lebih berdaya saing di tingkat domestik, regional hingga global. Usaha pemerintah dalam mendorong perkembangan industri manufaktur terbukti di tahun 2019 melalui keberhasilan industri manufaktur yang konsisten menjadi kontributor terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dibandingkan dengan sektor industri lainnya. Seperti terlihat pada gambar berikut:



Sumber: ekon.go.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.2
Kontribusi Sektor Ekonomi Terhadap PDB Nasional Tahun 2019
(dalam satuan persen)

Gambar 1.2 memperlihatkan industri manufaktur berhasil memberikan kontribusi sebesar 20,2% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Laman resmi Kementerian Perindustrian (www.kemenprin.go.id) yang dilansir pada 15/04/2019, menyatakan "pencapaian industri manufaktur yang mampu berkontribusi sebesar 20,2% salah satunya dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi dan bagusnya kinerja industri manufaktur di Indonesia. Kontribusi yang diberikan industri manufaktur terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di tahun 2019 membuat Indonesia masuk sepuluh besar dari dua puluh negara yang terdaftar pada G20 dengan menempati posisi ke-lima". Seperti terlihat pada gambar berikut:



Sumber: indonesiabaik.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.3
Peringkat Kontribusi Industri Manufaktur Terhadap PDB Tahun 2019
(dalam satuan persen)

Gambar 1.3 memperlihatkan kontribusi sektor industri manufaktur Indonesia terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 20,2%. Peringkat ke-

lima dari sepuluh besar negara-negara di Dunia yang didapatkan Indonesia dinilai melalui perbandingan besaran kontribusi sektor industri manufaktur terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Mentri Perindustrian Airlangga Hartanto mengatakan “sejauh ini, capaian terbaik dari industri manufaktur Indonesia terjadi pada tahun 2019 dengan mampu berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 20,2%. Besarnya kontribusi sektor industri manufaktur Indonesia membuat Indonesia menempati posisi ke-lima diantara industri manufaktur dunia yang terdaftar kedalam negara-negara G20.” Dikutip dalam wawancaranya pada acara Indonesia Industrial Summit (IIS) 2019 (www.kemenprin.go.id) pada 15/04/2019.

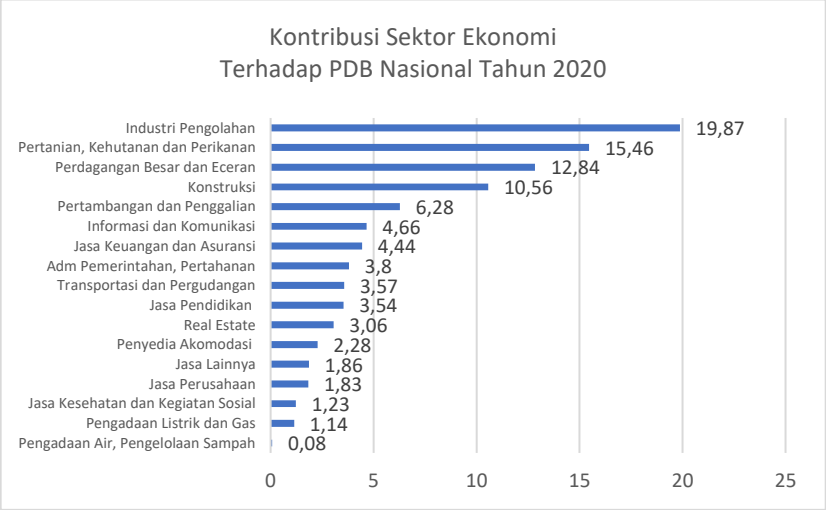
Data yang berhasil diperoleh dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 memperlihatkan adanya kemajuan yang sangat baik dari industri manufaktur Indonesia. Terlihat dari data yang telah disajiakn sebelumnya, di tahun 2018 industri manufaktur telah menjadi penyokong utama Produk Domestik Bruto (PDB) nasional hingga mampu meningkatkan perekonomian negara dan di tahun 2019 industri manufaktur tetap berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional hingga mengangkat Indonesia masuk peringkat ke-lima diantara industri manufaktur dunia diantara negara-negara G20. Kesimpulan sementara yang berhasil didapatkan dari data tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 terlihat industri manufaktur selama dua tahun berturut-turut mampu tumbuh positif dan berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dibandingkan dengan industri lainnya.

Pada tahun 2020 Dunia digemparkan dengan adanya *virus corona* hingga menyebabkan seluruh aktivitas termasuk kegiatan ekonomi Dunia terkena dampak. Pandemi *virus corona* pertama kali diidentifikasi pada akhir 2019 dan menyebar pada tahun 2020. *World Health Organizations* (WHO) mengidentifikasi kasus pertama pada 31 Desember 2019 di Wuhan, Cina (Gunay S., 2021). *Virus corona* atau yang dikenal dengan sebutan *Coronavirus Disease* 2019 (COVID-19) telah menyebabkan terjadinya perubahan drastis performa pasar saham (Song G., 2021). Saat adanya pandemi COVID-19 yang terjadi secara tiba-tiba menimbulkan ketidakpastian dalam masalah ekonomi (Baker et al., 2020; Su,Huang, et al., 2021; Yarovaya et al., 2020). Pandemi COVID-19 yang telah menyebar mengakibatkan seluruh negara di Dunia termasuk Indonesia terkena dampak kesehatan pada masyarakat dan perekonomian negara. Dampak ekonomi yang ditimbulkan dari adanya pandemi COVID-19 membuat seluruh sektor industri dengan termasuk didalamnya industri manufaktur mengalami penurunan kinerja.

Berdasarkan pemaparan data sebelumnya mengenai kontribusi industri manufaktur, terlihat selama dua tahun berturut-turut industri manufaktur selalu menjadi kontributor terbesar ketimbang industri lain. Saat industri manufaktur terdampak pandemi COVID-19 membuat pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional ikut mengalami penurunan karena besarnya kontribusi sektor industri manufaktur menjadi tidak seperti tahun-tahun sebelumnya. Melalui Laporan Kementerian PPN/Bappenas mengenai “Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Tahun 2020” terdapat tiga sektor yang tetap menjadi penyokong

kestabilan ekonomi Indonesia selama pandemi *virus corona* yaitu, sektor industri manufaktur, sektor jasa kesehatan dan sektor jasa informasi dan komunikasi.

Tiga sektor yang memperkuat kestabilan ekonomi Indonesia selama pandemi *virus corona* ditetapkan dengan melihat nilai tambah yang dihasilkan selama adanya pandemi dibandingkan dengan sektor industri lainnya. Melalui laporan Kementerian PPN/Bappenas sektor industri manufaktur, sektor jasa kesehatan dan sektor jasa informasi dan komunikasi mampu menjadi sektor paling unggul dalam mempengaruhi pemulihan ekonomi Indonesia dinilai dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Pernyataan Mentri Perindustrian Agus Gumiwang yang dilansir dari laman resmi Kementerian Perindustrian (www.kemenprin.go.id) menyatakan "sektor industri manufaktur tetap menjadi sektor industri dengan kontribusi terbanyak pada struktur Produk Domestik Bruto (PDB) nasional karena beberapa subsektornya mendapatkan performa positif hingga mampu berkontribusi mencapai 19,87% selama tahun 2020 walaupun terkena dampak pandemi COVID-19" pada 07/08/2020. Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa dengan besarnya peran kontribusi industri manufaktur terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mampu membuat Indonesia tetap bertahan dan tidak mencapai resisi yang cukup dalam saat mengalami tekanan ekonomi. Berikut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai kontribusi sektor industri terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional tahun 2020:



Sumber : BPS.go.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.4
Kontribusi Sektor Ekonomi Pada PDB Nasional Tahun 2020
(dalam satuan persen)

Data yang diperoleh dari laman resmi Badan Pusat Statistik terlihat dari Gambar 1.4 memperkuat pernyataan Mentri Perindustrian Agus Gumiwang bahwa industri manufaktur mampu mencatatkan performa positif pada beberapa subsektornya hingga membuat sektor industri manufaktur berhasil menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 19,87% dan tetap sebagai kontributor terbesar dibandingkan sektor industri lainnya. Selama tiga tahun berturut-turut melalui data yang berhasil diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dapat disimpulkan bahwa sektor industri manufaktur mampu memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia sekalipun saat adanya pandemi *virus corona*.

Pada tahun 2019 membuat pemerintah menetapkan lima subsektor penyokong utama dari industri manufaktur dengan mentapkannya sebagai sektor industri prioritas pemerintah. Achmad Sigit Dwiwahjono sebagai Sekertaris Jendral

Kementerian Perindustrian, menyatakan bahwa Kementerian Perindustrian telah menetapkan lima sektor pada industri manufaktur yang akan diprioritaskan pemerintah dari segi pengembangannya. Sektor prioritas ditetapkan karena dinilai berhasil memberikan kontribusi signifikan hingga lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), nilai ekspor, dan penyerapan tenaga kerja. Lima sektor prioritas yang ditetapkan pemerintah yaitu; industri makanan dan minuman, industri tekstil dan pakaian, industri otomotif, industri elektronik, dan industri farmasi (www.kemenprin.go.id) pada 08/10/2019.

Pada tahun 2020 pemerintah tetap menjadikan lima subsektor prioritas yang sama seperti tahun 2019. Kepala Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Industri Kementerian Perindustrian, Eko Cahyanto, menyatakan "tahun ini, lima sektor yang menjadi prioritas dalam menghadapi revolusi industri 4.0 yaitu, industri makanan dan minuman, industri tekstil dan pakaian, industri otomotif, industri elektronik, dan industri farmasi karena mampu memberikan 70% terhadap pendapatan negara, melalui pajak, penyerapan tenaga kerja, hingga devisa ekspor, maka dari itu pemerintah masih menetapkan lima sektor yang sama dengan tahun 2019 untuk diprioritaskan dalam segi pengembangannya." (www.kemenprin.go.id) pada 21/12/2020.

Berdasarkan beberapa narasi yang didukung oleh data-data dari sumber resmi pada pemaparan sebelumnya, menjadikan landasan bagi Peneliti memilih industri manufaktur sebagai dasar pemilihan perusahaan pada penelitian ini. Industri manufaktur dipilih sebagai landasan dalam penelitian ini dikarenakan mampu memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional

secara konsisten sehingga terlihat dominan dibandingkan sektor lainnya. Hal tersebut ditunjang oleh beberapa subsektor dari industri manufaktur hingga membuat pemerintah menetapkan lima sektor industri prioritas pemerintah.

Peneliti akan lebih mempersempit pemilihan objek penelitian dengan melakukan pemilihan perusahaan dari sektor industri prioritas pemerintah yang dinilai berdasarkan rata-rata pertumbuhan produksinya. Besaran rata-rata pertumbuhan produksi yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mencerminkan seberapa besar kontribusi perusahaan tersebut pada suatu industri (Sukirno 2016:9). Berikut data mengenai nilai pertumbuhan produksi yang diperoleh dari laman resmi Badan Pusat Statistik (BPS) berupa tabel historis rata-rata pertumbuhan lima sektor industri prioritas selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2020:

Tabel 1.1
Rata-Rata Nilai Pertumbuhan Industri Manufaktur Prioritas
(dalam satuan persen)

No	Industri	2016	2017	2018	2019	2020	Rata-Rata
1.	Makanan dan Minuman	8,46	9,23	7,91	8,16	6,58	8,07
2.	Tekstil dan Pakaian Jadi	-4	0,5	5,03	15,3	-7,22	1,92
3.	Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional	8,01	3,48	4,46	8,5	8,1	6,51
4.	Komputer, Barang Elektronik dan Optik	2,03	-1,91	-15,06	-4,1	-2,93	-4,39
5.	Otomotif	0,72	4,87	6,27	-3,4	-0,75	1,54

Sumber: BPS.go.id (Data diolah kembali)

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai nilai rata-rata pertumbuhan produksi subsektor prioritas dari industri manufaktur, sektor industri makanan dan minuman

memperoleh nilai rata-rata sebesar 8,07%. Sektor industri tekstil dan pakaian jadi sebesar 1,92%. Sektor industri farmasi sebesar 6,51%. Sektor industri elektronik sebesar -4,39% dan sektor industri alat angkut lainnya atau biasa dikenal sebagai sektor otomotif sebesar 1,54%. Melalui Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa perolehan nilai rata-rata terendah diperoleh oleh sektor industri elektronik dan nilai rata-rata tertinggi diperoleh sektor industri makanan dan minuman.

Perolehan nilai rata-rata pertumbuhan produksi yang cenderung naik pada sektor industri makanan dan minuman dikarenakan sektor industri makanan dan minuman dianggap sebagai kebutuhan primer masyarakat. Tingkat konsumsi masyarakat semakin bertambah karena semakin kompleksnya kebutuhan manusia hingga membuat investor menganggap industri makanan dan minuman akan menjadi industri paling stabil dari segi investasi dengan melihat produk-produk dari industri makanan dan minuman yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya (Riaswati, 2021). Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai pertumbuhan produksi industri prioritas, industri makanan dan minuman memperlihatkan kondisi pertumbuhan produksi fluktuatif cenderung naik namun mengalami penurunan yang cukup besar di tahun 2019 ke tahun 2020 yaitu, sebesar 1,58% dari nilai 8,16% menjadi 6,58%, dibandingkan penurunan di tahun 2017 ke tahun 2018 yang hanya sebesar 1,32% dari nilai 9,23% menjadi 7,91%. Penurunan nilai pertumbuhan produksi pada industri makanan dan minuman disebabkan karena adanya pandemi *virus corona* yang telah menyebar di seluruh Dunia termasuk Indonesia. Pernyataan Marta Christina dari *Investment Information Team Mirae Assets Securities* (IITMAS) (www.investasi.kontan.co.id) mengatakan “pertumbuhan industri

makanan dan minuman lemah di tahun 2020 karena disebabkan oleh daya beli masyarakat yang menurun selama pandemi terlebih dengan adanya tren kenaikan beberapa harga jenis produk konsumsi dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)" dalam wawancarannya pada 16/02/2021.

Pernyataan menurut Adhi S. Lukman sebagai Ketua Umum Asosiasi Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), menyatakan "kondisi industri makanan dan minuman di tahun 2020 mengalami keterpurukan terlebih saat puasa ramadhan tahun 2020 telah menjadi kondisi terburuk bagi industri makanan dan minuman yang jauh berbeda dari keadaan saat normal. Menurunnya daya beli masyarakat menyebabkan banyak perusahaan merasakan dampak buruknya hingga memperoleh keuntungan tidak sebesar saat keadaan normal. Daya beli masyarakat menengah atas diperkirakan masih cukup kuat tetapi tidak untuk masyarakat menengah bawah yang daya belinya cenderung menurun dan lebih mengutamakan memenuhi kebutuhan pokok seperti beras, lauk pauk hingga sayur mayur ketimbang produk-produk jadi dari perusahaan industri makanan dan minuman. Penurunan daya beli khususnya pada masyarakat menengah bawah disebabkan karena kondisi sumber pendapatan yang melemah hingga membuat pendapatan kelas menengah bawah menurun sehingga merubah pola pembelian masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya" jelas Adhi S. Lukman (www.ekbisindonews.com) pada 03/06/2020.

Secara keseluruhan dilihat dari nilai pertumbuhan produksi pada industri prioritas, industri makanan dan minuman tetap terlihat memperoleh hasil rata-rata tertinggi ketimbang industri lainnya saat terkena dampak dari adanya *virus corona*.

Salah satu pendukung kestabilan dari industri makanan dan minuman selain dianggap sebagai kebutuhan primer masyarakat, industri makanan dan minuman juga telah menjadi magnet investasi pasar domestik. Seperti pernyataan menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) yang dilansir melalui (www.kanal24.go.id) pada 29/05/2020, data realisasi investasi Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menetapkan sektor industri makanan dan minuman dinyatakan sebagai magnet investasi karena hasil perhitungan data realisasi investasi pada sektor industri makanan dan minuman selama empat tahun terakhir mengalami kondisi fluktuatif yang cenderung naik dengan kenaikan sebesar 3% per tahun secara konsisten dan berada pada rangkaian teratas total realisasi investasi sektor sekunder.

Realisasi investasi digunakan sebagai syarat penerimaan dividen dari suatu investasi. Dividen merupakan suatu bentuk pembayaran yang dilakukan oleh perusahaan atas laba yang didapatkan dan dibagikan kepada para pemegang saham sesuai dengan proporsinya (Harjito dan Martono, 2014:270). Dividen merupakan sebuah hal yang tidak dapat dipisahkan dari perusahaan karena dianggap mampu meningkatkan harga saham yang memberikan dampak pada nilai dari perusahaan tersebut (D.C. Ovami, 2020). Kebijakan dividen menjadi salah satu faktor penilaian terhadap perusahaan yang dilihat dari semakin besarnya pembagian laba dalam bentuk dividen.

Calon investor semakin tertarik untuk berinvestasi ketika dividen yang akan diperoleh dari suatu perusahaan bernilai besar sehingga secara tidak langsung memperlihatkan bahwa perusahaan dalam kondisi sehat dan memiliki prospek baik

dimasa mendatang (F. H. Sabri, 2017). Kebijakan dividen dapat diukur dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR), *Dividend Payout Ratio* (DPR) merupakan perbandingan antara dividen per lembar saham dengan laba per lembar saham perusahaan (Harjito dan Martono, 2014:270). Semakin tinggi nilai *Dividend Payout Ratio* (DPR) mengartikan semakin tingginya nilai perusahaan dimata investor hingga memperkuat daya tarik untuk berinvestasi karena besarnya imbal balik yang akan didapatkan dari melakukan investasi (T. Detiana, 2020). Berikut data *Dividen Payout Ratio* (DPR) pada perusahaan industri prioritas:

Tabel 1.2
Rata-Rata Nilai *Dividen Payout Ratio* (DPR) Industri Prioritas
(dalam satuan persen)

No	Industri	2016	2017	2018	2019	2020	Rata-Rata
1.	Makanan dan Minuman	0,74	1,05	0,64	0,34	0,51	0,65
2.	Tekstil dan Pakaian Jadi	0,46	0,31	0,44	0,45	0,43	0,42
3.	Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional	0,53	0,44	0,21	0,24	0,71	0,43
4.	Komputer, Barang Elektronik dan Optik	0,41	0,39	0,41	0,37	0,14	0,34
5.	Otomotif	0,28	0,36	0,33	0,41	0,46	0,36

Sumber: idx.co.id (Data diolah kembali)

Pada Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa pembagian dividen yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR) memperlihatkan bahwa industri makanan dan minuman berhasil memperoleh rata-rata tertinggi ketimbang industri prioritas lainnya. Industri makanan dan minuman mampu memperoleh nilai rata-rata sebesar 0,65% dilanjutkan dengan industri Farmasi yang memperoleh rata-rata sebesar

0,42%, industri Tekstil sebesar 0,65%, Industri Otomotif sebesar 0,36% dan Industri Komputer sebesar 0,34%.

Berdasarkan yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai rata-rata nilai pertumbuhan produksi dan rata-rata nilai dividen yang diberikan perusahaan industri prioritas, memperlihatkan bahwa industri makanan dan minuman memberikan kontribusi terbesar dibandingkan dengan industri prioritas lain terhadap sektor manufaktur. Kontribusi industri makanan dan minuman pada industri manufaktur memperlihatkan bahwa tidak hanya dipengaruhi oleh daya beli masyarakatnya tetapi juga dipengaruhi oleh banyaknya investor yang menanamkan dananya untuk berinvestasi karena dinilai cukup stabil ketimbang industri lainnya. Besarnya pembagian dividen akan meningkatkan harga saham yang mampu mempengaruhi peningkatan nilai suatu perusahaan dan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Gitosudarmo, 2019:5)

Investasi erat kaitannya dengan nilai perusahaan yaitu ketika investor hendak berinvestasi pada suatu perusahaan salah satu hal yang sangat diperhatikan investor adalah nilai perusahaan tersebut. Teori secara umum menyatakan bahwa semakin tinggi nilai suatu perusahaan akan mencerminkan semakin tingginya harga saham suatu perusahaan. Tingginya harga saham perusahaan memberikan arti pada investor bahwa perusahaan tersebut dinyatakan layak untuk dilakukan investasi. Selaras dengan tujuan jangka panjang didirikannya suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan yang didukung oleh tujuan jangka pendeknya yaitu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya (Kadek et al, 2021).

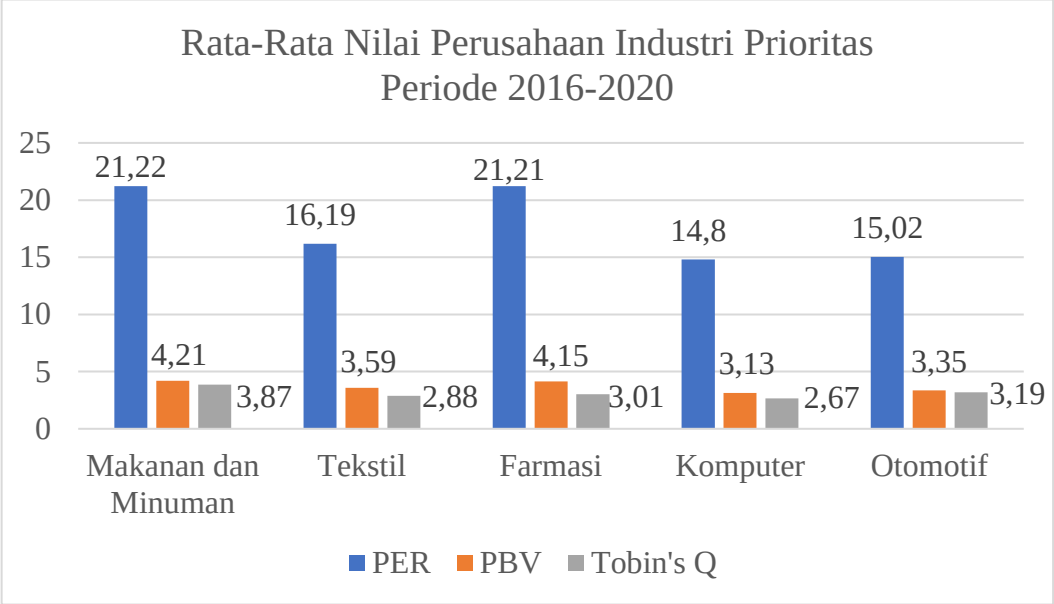
Menurut teori menurut Agus, Harjito dan Martono (2014:2) dalam mendirikan suatu perusahaan diharuskan memiliki tiga tujuan yang jelas seperti; tujuan pertama: untuk mencapai keuntungan maksimal, tujuan kedua: ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham dan, tujuan ketiga: untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Nilai perusahaan menjadi hal yang sangat penting karena berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan agar tetap berkelanjutan (*going concern*). Keberlangsungan hidup suatu perusahaan (*going concern*) atau kontinuitas adalah asumsi yang digunakan untuk memprediksi keberlangsungan hidup suatu entitas bisnis pada jangka waktu tidak terbatas (Pratomo, 2018). Semakin tingginya nilai suatu perusahaan maka akan berbanding lurus dengan kesejahteraan para investor (Putri, 2017).

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang mampu memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum saat harga saham perusahaan meningkat (Devi, 2017). A.Z. Nasution (2020) menyebutkan bahwa nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham perusahaan tersebut, semakin tinggi harga saham suatu perusahaan mengartikan bahwa semakin tingginya nilai perusahaan tersebut dan sebaliknya semakin rendah harga saham suatu perusahaan menunjukkan nilai perusahaan tersebut rendah. Nilai perusahaan yang tinggi akan menjamin kesejahteraan dan kemakmuran para pemegang saham hingga membuat banyaknya investor bersedia berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya banyak ditemui kendala yang harus dihadapi baik dari luar maupun dari dalam perusahaan itu

sendiri. Salah satu kendala yang sering dihadapi oleh suatu perusahaan yaitu kondisi naik turunnya harga saham perusahaan tersebut. Stabilitas harga saham yang fluktuatif dapat dipengaruhi dari banyaknya permintaan dan penawaran saham suatu perusahaan. Rasio nilai perusahaan sering dijadikan acuan dalam pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan dalam penerapan langkah selanjutnya dan mengukur dampaknya suatu tindakan di masa depan (Fahmi Irham, 2018:82).

Nilai perusahaan dapat menjadi pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham, dimana saat harga saham tinggi maka nilai perusahaan tersebut akan naik, maka nilai perusahaan sangat penting dalam mempengaruhi citra suatu perusahaan. Semakin baiknya citra suatu perusahaan akan memberikan kepercayaan lebih bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Ukuran yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan terdiri dari, *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV), dan Tobin's Q (Fahmi Irham, 2018:83). Berikut Peneliti lampirkan data mengenai nilai perusahaan dari industri prioritas untuk membuktikan pernyataan dan data sebelumnya yang telah dipaparkan diatas mengenai industri makanan dan minuman menjadi magnet investasi pasar domestik diantara sektor industri prioritas lainnya. Terlihat pada gambar berikut:



Sumber : idx.co.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.5
Rata-Rata Nilai Perusahaan Industri Manufaktur Prioritas Tahun 2016-2020 (dalam satuan kali)

Gambar 1.5 memperlihatkan hasil perhitungan nilai perusahaan sektor prioritas dari industri manufaktur menggunakan rasio *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV), dan Tobin's Q. Terlihat bahwa industri makanan dan minuman selama lima tahun berturut-turut memperoleh rata-rata tertinggi dalam perhitungannya baik dari rasio *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV), dan Tobin's Q. Terlihat bahwa nilai *Price Earning Ratio* (PER) industri makanan dan minuman memperoleh nilai tertinggi yaitu 21,22 kali, selanjutnya diikuti oleh industri farmasi dengan perolehan sebesar 21,21 kali, lalu industri tekstil sebesar 16,19 kali, industri otomotif sebesar 15,02 kali dan terendah diperoleh industri komputer 14,8 kali. Rasio *Price Book Value* (PBV) industri makanan dan minuman bernilai, 4,21 kali, industri farmasi 4,15 kali, lalu industri tekstil sebesar 3,59 kali, industri otomotif sebesar 3,19 kali dan industri komputer

sebesar 3,13 kali. Rasio Tobin's Q industri makanan dan minuman sebesar 3,87 kali, industri farmasi sebesar 3,01 kali, industri tekstil sebesar 2,88 kali, lalu industri otomotif sebesar 3,19 kali dan industri komputer yang memiliki nilai terendah yaitu 2,67 kali.

Tingginya rasio nilai perusahaan yang diperoleh industri makanan dan minuman dapat dikarenakan tingginya minat investor terhadap sektor industrinya sehingga mampu menjadikan harga saham perusahaan makanan dan minuman lebih tinggi ketimbang industri lainnya (Nurchanifia,2021). Makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan primer masyarakat memberi daya tarik lebih bagi investor untuk berinvestasi. Hal tersebut didasari oleh tingginya kebutuhan akan produk dari perusahaan makanan dan minuman mengingat jumlah penduduk Indonesia yang tergolong besar, sehingga dengan meningkatnya permintaan produk dari perusahaan makanan dan minuman membuat investor menilai perusahaan memiliki prospek bagus dimasa yang akan datang. Tingginya minat investor untuk berinvestasi membuat harga saham sektor industri makanan dan minuman lebih tinggi ketimbang industri lainnya hingga mempengaruhi rasio nilai perusahaan.

Gambar 1.5 memperlihatkan data mengenai rata-rata nilai perusahaan industri prioritas selama lima tahun, yaitu periode 2016 sampai dengan 2020. Terlihat secara berturut-turut nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman mampu memperoleh nilai tertinggi ketimbang industri prioritas lainnya sehingga Peneliti tertarik untuk menyajikan lebih rinci mengenai bagaimana pertumbuhan nilai perusahaan makanan dan minuman hingga berhasil memperoleh rata-rata terbesar melalui masing-masing ukuran nilai perusahaan yaitu, *Price Earning Ratio* (PER),

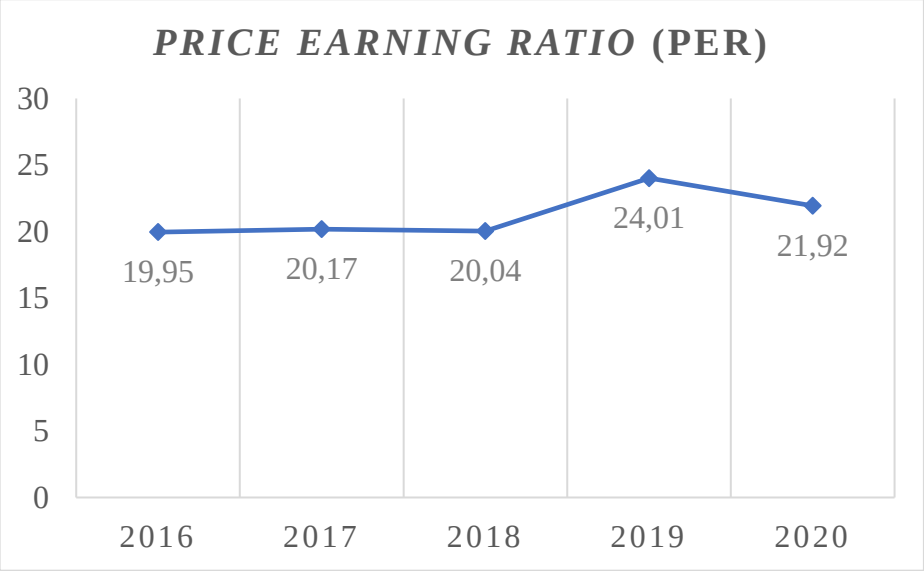
Price Book Value (PBV), dan Tobin's Q melalui akumulasi per tahun selama periode 2016 sampai dengan 2020.

Rasio harga perlembar saham terhadap laba perlembar saham atau biasa dikenal dengan sebutan *Price Earning Ratio* (PER) merupakan jumlah yang rela dibayarkan oleh investor terhadap setiap laba yang dilaporkan. *Price Earning Ratio* (PER) merupakan rumus yang digunakan untuk melihat harga wajar saham suatu perusahaan. Harga wajar saham adalah harga yang dianggap seimbang untuk suatu saham berdasarkan kinerja keuangan perusahaan dan prospek masa depannya. Harga wajar saham penting untuk diketahui agar investor dapat menentukan apakah saham tersebut sedang dijual dengan harga murah atau mahal sehingga investor dapat membuat keputusan investasi yang lebih tepat.

Weston dan Copeland (2010) memaparkan bahwa nilai perusahaan melalui rasio *Price Earning Ratio* (PER) bagi analis keuangan merupakan aspek menarik karena rasio *Price Earning Ratio* (PER) merupakan rasio pengukuran yang komprehensif tentang prestasi perusahaan karena mencerminkan perpaduan antara pengaruh rasio risiko dan rasio pengembalian. Perhitungan *Price Earning Ratio* (PER) dalam suatu perusahaan perlu diketahui oleh para pemegang saham untuk mengetahui apakah harga saham yang tercantum terlalu tinggi atau sudah terlalu rendah untuk keputusan investasi. *Price Earning Ratio* (PER) tidak jarang digunakan oleh para investor dalam memprediksi kemampuan perusahaan menghasilkan laba dimasa depan dari suatu perusahaan. Purnomo (2014:38) menyatakan bahwa perusahaan dengan *Price Earning Ratio* (PER) yang rendah dapat menurunkan minat investor terhadap harga saham. Perhitungan rasio *Price*

Earning Ratio (PER) dapat dilakukan hanya dengan mengetahui harga saham dipasar saham dan laba bersih per-lembar saham.

Besaran nilai *Price Earning Ratio* (PER) dapat berubah-ubah bergantung dari perubahan harga saham di pasar saham dan proyeksi laba bersih perusahaan. Saat harga saham naik dan proyeksi laba tetap maka nilai rasio *Price Earning Ratio* (PER) perusahaan akan naik dan saat harga saham tetap dan proyeksi laba naik nilai rasio *Price Earning Ratio* (PER) akan turun (M. Putra, 2016). Sinaga B., (2017) memaparkan bahwa nilai rata-rata *Price Earning Ratio* (PER) industri sebesar 15 sampai dengan 18 sudah termasuk ideal dan nilai tersebut mampu membuat investor berpandangan mengenai perekonomian sebuah entitas bisnis memiliki masa depan yang cerah. Berikut Gambar 1.6 memperlihatkan mengenai grafik rata-rata nilai perusahaan berdasarkan perhitungan *Price Earning Ratio* (PER) pada perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI):



Sumber: idx.co.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.6
Rata-Rata Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan *Price Earning Ratio* (PER) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 (dalam satuan kali)

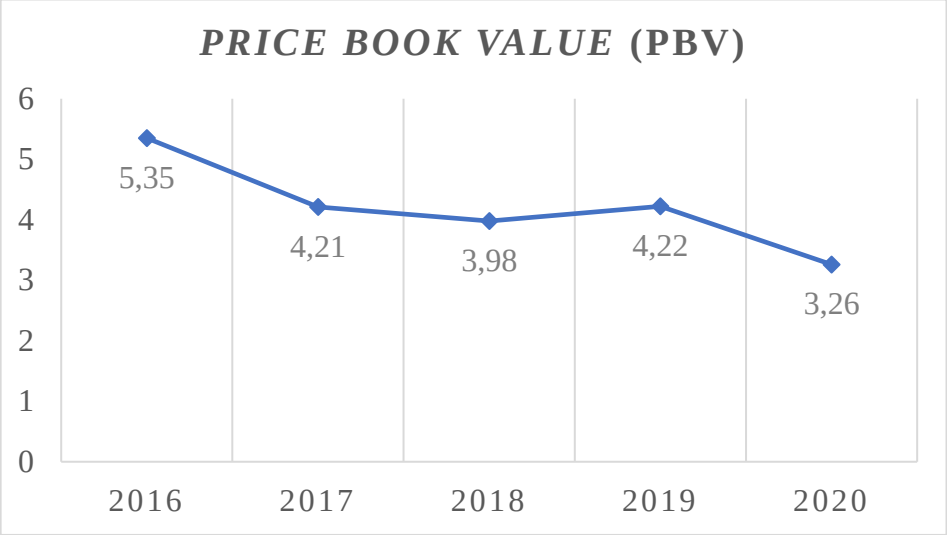
Berdasarkan Gambar 1.6 dapat dilihat adanya kondisi fluktuatif cenderung menurun pada nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER) pada perusahaan makanan dan minuman. Hasil perhitungan pada Gambar 1.6 memperlihatkan nilai rata-rata *Price Earning Ratio* (PER) yang diperoleh industri makanan dan minuman mendapatkan nilai tertinggi pada tahun 2019 dan nilai terendah pada tahun 2016. Terlihat pada tahun 2016 nilai rata-rata *Price Earning Ratio* (PER) industri sebesar 19,95 kali, lalu naik tahun 2017 hingga sebesar 20,17 kali, turun di tahun 2018 hingga sebesar 20,4 kali, naik kembali tahun 2019 sebesar 24,01 kali dan tahun 2020 turun kembali hingga mencapai 21,92 kali. Terlihat di tahun 2019 nilai *Price Earning Ratio* (PER) perusahaan makanan dan minuman mencapai 24,01 kali dan turun sebesar 2,09 kali di tahun 2020 hingga mencapai 21,92 kali.

Naik turunnya nilai *Price Earning Ratio* (PER) dapat disebabkan karena harga saham dan laba per-lembarnya mengalami perubahan (Aji, 2012). Rata-rata nilai *Price Earning Ratio* (PER) industri makanan dan minuman selama lima tahun berturut-turut terlihat fluktuatif. Hasil fluktuatif dari rasio *Price Earning Ratio* (PER) disebabkan karena harga saham perusahaan yang naik turun seiring berjalannya waktu, sedangkan rendahnya nilai *Price Earning Ratio* (PER) disebabkan oleh rendahnya perolehan laba perusahaan sehingga berpengaruh terhadap turunnya harga saham (Jannah N.F, 2021). Selain menggunakan

pengukuran rasio *Price Earning Ratio* (PER), pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan harga pasar saham perusahaan.

Nilai pasar saham dan nilai buku atau disebut dengan *Price Book Value* (PBV) diperoleh dengan cara membagi nilai pasar saham perusahaan dengan nilai bukunya. Pentingnya rasio *Price Book Value* (PBV) dapat memberikan gambaran bijak dalam memilih saham-saham yang layak dilakukan investasi dalam jangka panjang (Rudiwantoro A., 2021). Semakin tinggi nilai *Price Book Value* (PBV) maka semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal karena *Price Book Value* (PBV) selaras dengan peningkatan ataupun penurunan harga saham pada suatu perusahaan (Husnan, 2014). Hasil perhitungan dari rasio ini dapat memberikan gambaran dalam menilai apakah harga suatu saham tergolong murah atau mahal.

Perusahaan dengan rasio *Price Book Value* (PBV) di bawah nilai 1 dianggap sebagai saham yang harganya murah (*under valued*) sementara jika rasio *Price Book Value* (PBV) di atas nilai 1 dianggap sebagai saham dengan harga mahal (*over valued*). Semakin besar rasio *Price Book Value* (PBV) suatu saham maka harga saham tersebut tergolong mahal dan juga sebaliknya semakin kecilnya rasio *Price Book Value* (PBV) harga suatu saham dianggap murah (Rudiwantoro A., 2021). Berikut perolehan rata-rata nilai *Price Book Value* (PBV) perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI):



Sumber: idx.co.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.7
Rata-Rata Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan *Price Book Value* (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 (dalam satuan kali)

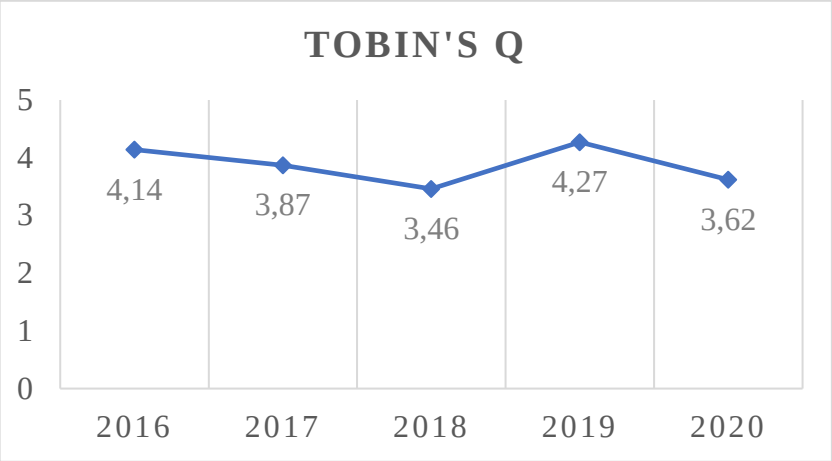
Berdasarkan Gambar 1.7 terlihat adanya kondisi fluktuatif yang cenderung menurun pada nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* (PBV) pada industri makanan dan minuman. Hasil perhitungan di atas memperlihatkan nilai *Price Book Value* (PBV) tertinggi pada tahun 2016 dan nilai terendah pada tahun 2020. Nilai rata-rata *Price Book Value* (PBV) industri makanan dan minuman terlihat fluktuatif cenderung menurun dari tahun ke tahun dimana tahun 2016 sebesar 5,35 kali, tahun 2017 sebesar 4,21 kali, turun lagi di tahun 2018 sebesar 3,98 kali, naik kembali tahun di 2019 menjadi sebesar 4,22 dan tahun 2020 kembali turun hingga mencapai 3,26 kali. Turunnya nilai *Price Book Value* (PBV) pada perusahaan makanan dan minuman disebabkan oleh turunnya harga saham perusahaan pada tahun tersebut dimana naik turunnya harga saham dapat berimbas

pada nilai *Price Book Value* (PBV) suatu perusahaan karena rasio ini menggunakan nilai pasar saham dalam perhitungannya (Sutrisno D, 2020).

Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan selanjutnya menurut Fahmi Irham (2018:83) yaitu, menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio Tobin's Q merupakan rasio yang diciptakan oleh Tobin pada tahun 1967 dan dapat menunjukkan tingkat efektifitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Menurut Weston & Copeland (2010) metode Tobin's Q diperoleh dengan membandingkan nilai pasar saham dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rasio Tobin's Q dianggap tidak kalah penting dari rasio *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price Book Value* (PBV) karena memasukkan semua unsur utang dan modal perusahaan, sehingga tidak hanya saham biasa saja dan ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan (Chairunnisa R., 2017). Semakin besar nilai Tobin's Q akan memperlihatkan perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik.

Rasio nilai Tobin's Q untuk suatu perusahaan dinyatakan rendah bila mendapatkan nilai perhitungan 0 sampai 1 dan rentang angka tersebut dapat menunjukan biaya pengganti aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut sehingga perusahaan tersebut dinilai kurang oleh pasar. Rasio nilai Tobin's Q perusahaan yang lebih dari 1 menunjukan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai asetnya sehingga perusahaan dikatakan memiliki harga saham tergolong mahal (Riski S.W., 2020). Berikut perolehan rata-rata nilai Tobin's Q perusahaan Manufaktur Sektor Barang

Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI):



Sumber: idx.co.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.8
Rata-Rata Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan Tobin's Q Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 (dalam satuan kali)

Gambar 1.8 memperlihatkan adanya kondisi fluktuatif yang cenderung menurun pada nilai perusahaan yang diukur dengan oleh Tobin's Q pada industri makanan dan minuman. Hasil pada Gambar 1.8 memperlihatkan nilai Tobin's Q tertinggi terjadi pada tahun 2019 dan nilai terendah pada tahun 2020. Terlihat pada tahun 2016 nilai rata-rata industri yang diukur dengan dengan Tobin's Q sebesar 4,14 kali, turun di tahun 2017 menjadi sebesar 3,87 kali, tahun 2018 sebesar 3,46 kali, tahun 2019 kembali naik menjadi sebesar 4,27 kali dan turun kembali di tahun 2020 sebesar 3,62 kali. Hasil perhitungan rata-rata rasio Tobin's Q terlihat fluktuatif cenderung menurun yang serupa dengan perhitungan *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price Book Value* (PBV). Turunnya nilai rasio Tobin's Q pada suatu perusahaan dipengaruhi oleh kondisi pasar saham. Meningkatkan harga nilai pasar saham

bergantung pada baik buruknya kondisi di pasar saham sehingga jika kondisi pasar baik tentu akan meningkatkan harga suatu saham (Firmansyah A., 2020).

Pada pemaparan sebelumnya telah dijelaskan bahwa industri makanan dan minuman ditetapkan sebagai magnet investasi pasar domestik, selanjutnya berdasarkan perhitungan rasio nilai perusahaan industri makanan dan minum secara lebih rinci yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV), dan Tobin's Q ditemukan hasil fluktuatif dan cenderung menurun. Investasi erat kaitannya dengan nilai perusahaan, dimana saat minat investor terhadap suatu perusahaan tinggi akan membuat harga saham naik sehingga berbanding lurus dengan nilai perusahaan dan sebaliknya saat harga saham suatu perusahaan turun akan menyebabkan hasil perhitungan nilai perusahaan menurun (Budiharjo Roy, 2020).

Hasil perhitungan nilai perusahaan yang fluktuatif cenderung menurun menjadikan fenomena baru terhadap nilai perusahaan industri makanan dan minuman karena tidak sejalan pada teori-teori terdahulu. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu memperlihatkan hasil bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti; tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*), profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*). Penelitian Ulfah (2017) menemukan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *Good Corporate Governance* melalui tata kelola perusahaan yang baik. Sejalan dengan teori keagenan yang memandang suatu perusahaan sebagai hubungan kontrak antara berbagai agen

ekonomi yang bertindak secara oportunistik dalam pasar yang efisien, Zhang et al., (2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Oktaryani et al., (2017) memperlihatkan hasil bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan pengungkapan GCG dianggap sebagai suatu informasi yang penting oleh investor. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2017), Fatimah et al., (2017), Hasanah (2017), Khalim (2018), Pujana (2016) dan Martiana (2020) memperlihatkan hasil bahwa, *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitain yang dilakukan oleh Novalia (2016), Fawaid, (2017), Maziyah (2017) dan Aziz (2016) yang memperlihatkan hasil bahwa, *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tata kelola perusahaan atau biasa disebut sebagai *Corporate Governance*, diartikan oleh *Forum for Corporate Governance* Indonesia (FCGI) sebagai kumpulan aturan yang menjelaskan mengenai hubungan para pemangku kepentingan internal dan eksternal dalam menghargai hak serta tanggung jawab masing-masing pihak untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan sesuai dengan tujuannya (Pramastri, 2017). Implementasi dari tata kelola perusahaan sangat penting bagi kesehatan perusahaan dengan harapan mampu untuk memastikan perusahaan berjalan secara efektif dan efisien. Berdasarkan prinsip tata kelola, suatu perusahaan dikatakan memiliki tata kelola yang baik jika mematuhi tiga prinsip yaitu; akuntabilitas, keadilan dan transparansi.

Isu mengenai tata kelola perusahaan yang baik mulai menjadi pembahasan di Indonesia setelah terjadi krisis di tahun 1998 dengan banyaknya pihak yang mengatakan bahwa masalah krisis di Indonesia terjadi karena terungkapnya banyak kasus mengenai manipulasi laporan keuangan akibat lemahnya tata kelola perusahaan Indonesia. Kasus mengenai buruknya tata kelola perusahaan pada perusahaan besar sektor makanan dan minuman yang baru saja terjadi yaitu, kasus dari PT. Tiga Pilar Sejahtera Food yang menarik banyak perhatian publik karena merupakan salah satu perusahaan terbuka dan melalui proses persidangan cukup lama yaitu selama empat tahun dalam menetapkan hukuman untuk para pelaku (terhitung dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2020).

Perusahaan PT. Tiga Pilar Sejahtera Food adalah salah satu perusahaan terbuka yang bergerak dalam industri makanan dan minuman yang petingginya melakukan penyalahgunaan kekuasaan dengan memanipulasi laporan keuangan tahun 2017 melalui beberapa tindakan Direksi yang melanggar peraturan tata kelola perusahaan. Beberapa penyalahgunaan kekuasaan yang dilakukan direksi yaitu; kondisi Direksi yang tidak dapat mempertanggungjawabkan kinerja perseroan di sidang Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan; kedua, adanya transaksi material yang tidak melunasi utang pembelian dan bunganya sehingga berdampak pada penurunan kinerja perseroan; ketiga, terkait transaksi afiliasi dan transaksi dengan indikasi benturan kepentingan yang terlihat dari laporan keuangan tahun 2017 dengan transaksi afiliasi ditulis sebagai transaksi pihak ketiga tetapi tanpa mendapatkan persetujuan pemegang saham independen atau dengan kata lain memanipulasi laporan keuangan; keempat, indikasi pelanggaran Keterbukaan

Informasi seperti inkonsistensi pernyataan tentang berita yang tidak pasti kebenarannya di Bursa Efek Indonesia (www.nasionalkontan.co.id) pada 05/08/2021.

Fenomena mengenai buruknya tata kelola perusahaan PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk., memperlihatkan bahwa perusahaan terbuka sekalipun tidak menjamin memiliki tata kelola perusahaan yang sehat. Usaha pemerintah dalam meminimalisir terjadinya kasus yang sama yaitu dengan mengeluarkan kebijakan baru berupa peraturan yang didasari oleh Undang-Undang. Saat perusahaan telah dinyatakan sebagai perusahaan terbuka, perusahaan mempunyai keharusan memakmurkan para pemegang saham dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik dengan dilandasi oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 dengan didukung oleh POJK Nomor 29 Tahun 2020 mengenai keharusan perusahaan terbuka untuk menerapkan dan melaporkan tata kelola perusahaan yang baik.

Tata kelola suatu perusahaan juga dijadikan sebagai pertimbangan bagi calon investor untuk berinvestasi karena ketika perusahaan memiliki tata kelola perusahaan yang buruk dapat menyebabkan kerugian yang tidak hanya berdampak pada perusahaan itu sendiri melainkan berdampak juga kepada para pemegang saham. Rendahnya penerapan tata kelola perusahaan dapat dilihat dari hubungan investor yang lemah, kurangnya tingkat transparansi, pelaporan keuangan yang tidak transparan dan masih kurangnya penegakan hukum atas perundang-undangan dalam menghukum pelaku dan melindungi pemegang saham minoritas. Pada saat ini penerapan tata kelola tidak hanya sekedar kewajiban bagi suatu perusahaan

namun telah menjadi kebutuhan bagi setiap perusahaan ataupun organisasi. Penerapan prinsip-prinsip tata kelola sangat diperlukan agar perusahaan mampu bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat untuk dapat menerapkan etika bisnis secara konsisten dan berhasil mewujudkan usaha sehat, efisien dan transparan.

Pada umumnya mekanisme tata kelola perusahaan terdiri dari Kepemilikan Institusional (KI), Kepemilikan Manajerial (KM), Dewan Komisaris Independen (DKI), Komite Audit (KA) dan Dewan Direksi (DD). Terdapat tiga ukuran penting dalam mengukur nilai tata kelola dari suatu perusahaan yaitu, Dewan Komisaris Independen (DKI), Kepemilikan Institusional (KI) dan Kepemilikan Manajerial (KM) (Arnold, 2013:31).

Dewan Komisaris Independen memiliki fungsi sebagai pengarah strategi dan pengawas dari penerapan kebijakan direksi perusahaan. Dewan Komisaris Independen (DKI) memastikan para manajer bekerja secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan. Dewan Komisaris Independen (DKI) dianggap sebagai bagian pokok dari mekanisme tata kelola perusahaan dalam mengelola perusahaan untuk memastikan terlaksananya akuntabilitas sehingga diperlukannya perhitungan Dewan Komisaris Independen (DKI) dalam suatu perusahaan (A.R Fadhilah, 2017). Struktur kepemilikan saham yang terdiri atas Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial juga memiliki pengaruh yang cukup besar dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik.

Pengelolaan perusahaan yang diawasi oleh manajer akan lebih terjamin dan membuat berbagai macam kepentingan pemegang saham berkurang hingga

menjadi satu suara. Meningkatkan nilai perusahaan akan mewujudkan kerjasama yang baik antar pihak manajer dan pemegang saham (Puspitasari dan Ernawati, 2017). Kepemilikan Manajerial sebaiknya didampingi dengan Kepemilikan Institusional, dimana Kepemilikan Institusional dapat mengawasi manajemen dan membantu dalam meningkatkan pengawasan yang lebih optimal (Lestari, 2017).

Variabel lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan menurut Kasmir (2018:190) yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana ketika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil dan mampu menghasilkan keuntungan yang lebih besar sehingga akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan berdampak pada nilai perusahaan. Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka semakin besar nilai suatu perusahaan (Kasmir, 2018 : 190). Meningkatnya nilai suatu perusahaan merupakan sebuah pencapaian dari hasil kinerja keuangan perusahaan yang sangat baik dan mencerminkan kesejahteraan para pemegang saham akan meningkat. Tingkat kinerja keuangan biasanya tercermin pada tingkat profitabilitas, ketika perusahaan mampu menghasilkan nilai profitabilitas tinggi maka proporsi pengembalian saham yang akan diterima investor pun semakin besar hingga memberi daya tarik bagi para investor untuk berinvestasi.

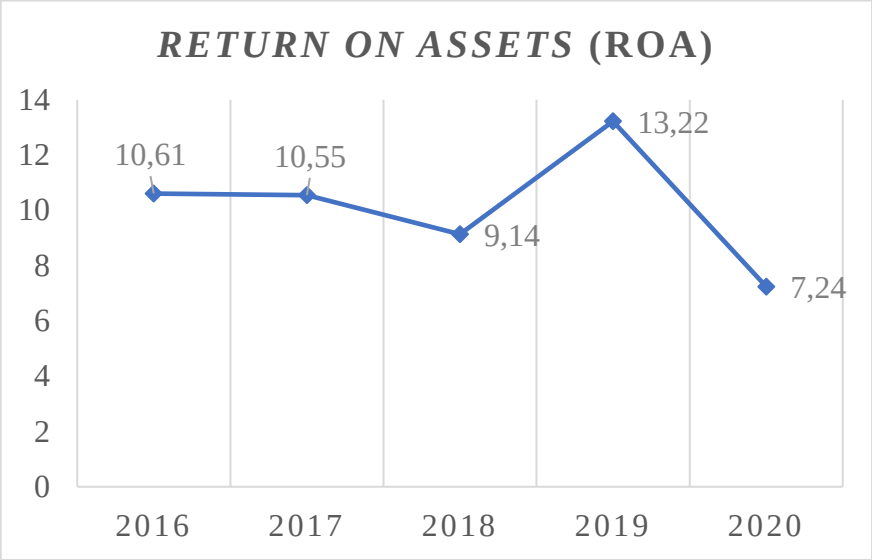
Rasio profitabilitas yang meningkat akan berbanding lurus terhadap harga saham perusahaan dan akan menaikkan nilai suatu perusahaan, Juliati (2016). Beberapa penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fawaid (2017); Ulfah

(2017); Fatimah et al (2017); Hasanah (2017); Mufida (2017); Maziyah (2017); Maulana (2016); Aziz (2016). Beberapa penelitian terdahulu juga memperlihatkan perbedaan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Monika L.T. dan Khafid M. (2016); Maulidyah A.N (2018); Handayani F. dan Martha L. (2019); Lasima D.P dan Chusnah F.N (2020); Lestari K.A, Titisari K. H. dan Suhendro (2021); Indarti I. dan Nurdhiana (2021); Henrita D.C dan Inggarwati K. (2021).

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan melalui ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Profitabilitas ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan perusahaan dimana inti penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2018:192). Rasio profitabilitas digunakan sebagai ukuran dari kinerja keuangan dikarenakan baik perusahaan maupun para pemegang saham akan memperhitungkan keuntungan yang didapatkan perusahaan atas pengorbanannya. Sebagai investor tentu ingin mendapatkan pengembalian atau dividen yang tinggi dan semakin tinggi rasio profitabilitas mampu menggambarkan tingginya kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan (Kasmir, 2018:195). Rasio profitabilitas dapat diukur dengan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) (Hery, 2018:192).

Profitabilitas dapat diukur dengan *Return On Assets* (ROA) yang merupakan salah satu jenis rasio untuk melihat kondisi profitabilitas. Rasio *Return On Assets* (ROA) telah umum digunakan untuk mengukur seberapa baik kinerja suatu perusahaan dengan membagi laba bersih suatu perusahaan terhadap total aset yang

dimiliki. *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2018:201). *Return On Assets* (ROA) dapat digunakan untuk melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian, apakah nantinya keuntungan atas investasi sesuai dengan yang diharapkan atau tidak (Fahmi Irham, 2018:173). Berikut hasil perhitungan *Return On Assets* (ROA) perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI):



Sumber: idx.co.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.9
Rata-Rata Nilai Profitabilitas Yang Diukur Dengan *Return On Assets* (ROA) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman Periode 2016-2020 (dalam satuan persen)

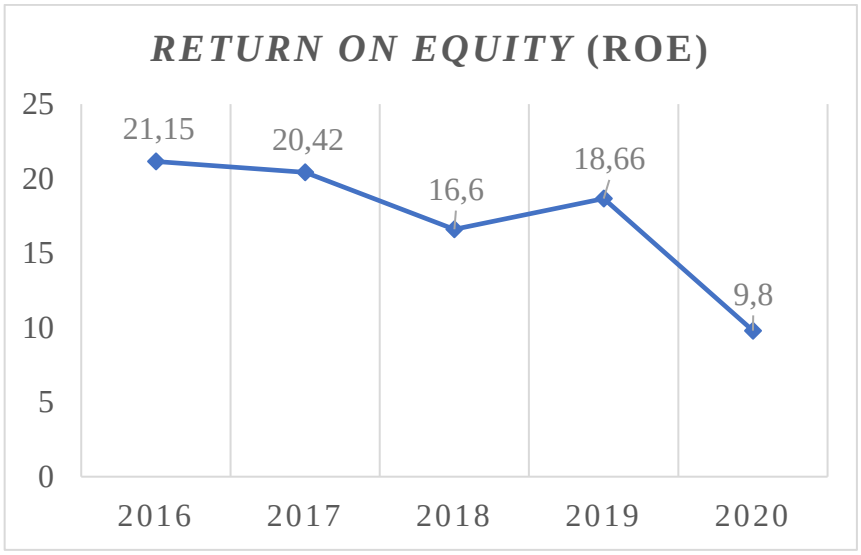
Hasil perhitungan pada Gambar 1.9 memperlihatkan nilai *Return On Assets* (ROA) tertinggi pada tahun 2016 dan nilai *Return On Assets* (ROA) terendah pada tahun 2020. Terlihat pada tahun 2016 nilai rata-rata industri yang diukur dengan

Return On Assets (ROA) sebesar 10,61%, selanjutnya tahun 2017 sebesar 10,55%, tahun 2018 sebesar 9,14%, tahun 2019 sebesar 13,22% dan turun di tahun 2020 hingga mencapai 7,24%. Hasil perhitungan *Return On Assets* (ROA) perusahaan makanan dan minuman terlihat fluktuatif cenderung menurun. Naik turunnya *Return On Assets* (ROA) disebabkan oleh laba pada penjualan yang tidak stabil dan kemudian disusul oleh penurunan pada perputaran total aktiva yang menunjukkan bahwa perusahaan semakin tidak efektif dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba (Anggreini dan Rahyuda, 2020).

Rasio *Return On Equity* (ROE) adalah ukuran profitabilitas lainnya yang juga paling dilihat oleh para pemegang saham. Saat perusahaan mampu memperoleh laba yang tinggi tentu akan menaikkan harga saham dan membuat *return* saham meningkat hingga para investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Ratri I.D.E, 2019:3). Menurut Agus, Harjito dan Martono (2014:20) Rasio Rasio *Return On Equity* (ROE) dianggap sebagai rasio yang tidak kalah menarik dalam mengukur profitabilitas karena Rasio *Return On Equity* (ROE) mampu mengukur besar kecilnya imbalan dari modal yang telah diinvestasikan dan memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dilihat dari pemanfaatan modal dari para pemegang saham dan laba ditahan.

Nilai profitabilitas yang diukur melalui rasio Rasio *Return On Equity* (ROE) dikatakan sebagai rasio paling banyak diminati oleh para pemegang saham serta para investor di pasar modal saat ingin membeli saham perusahaan karena Rasio *Return On Equity* (ROE) dianggap sebagai ukuran penting dalam mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih (R. Satria.,

2020:206). Kenaikan dalam rasio Rasio *Return On Equity* (ROE) diartikan karena adanya kenaikan laba bersih dari perusahaan, dimana saat laba perusahaan naik akan menyebabkan kenaikan harga saham dan mampu meningkatkan nilai perusahaan sehingga menambah daya tarik investor untuk melakukan investasi. Berikut perhitungan rasio *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI):



Sumber: idx.co.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.10
Rata-Rata Nilai Profitabilitas Yang Diukur Dengan *Return On Equity* (ROE) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman Periode 2016-2020 (dalam satuan persen)

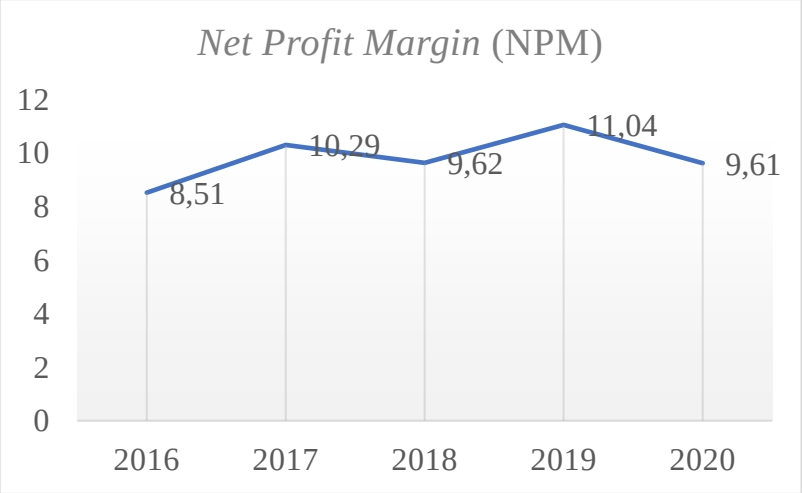
Hasil perhitungan pada Gambar 1.10 memperlihatkan nilai Rasio *Return On Equity* (ROE) tertinggi terjadi pada tahun 2016 dan nilai terendah pada tahun 2020. Terlihat pada tahun 2016 nilai rata-rata industri yang diukur dengan Rasio *Return On Equity* (ROE) sebesar 21,15%, selanjutnya tahun 2017 sebesar 20,42%, tahun

2018 sebesar 16,6%, tahun 2019 sebesar 18,66% dan tahun 2020 sebesar 9,8%. Terlihat hasil yang fluktuatif cenderung menurun pada perhitungan rata-rata nilai Rasio *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan makanan dan minuman. Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan (Sudana, 2015:22). Penurunan dalam rasio rasio *Return On Equity* (ROE) karena adanya penurunan laba bersih dari perusahaan yang dibandingkan dengan jumlah modal perusahaan (Putranto Panji, 2018).

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio profitabilitas yang juga sering digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan melihat kemampuan perusahaan dari kegiatan operasionalnya. Saat kegiatan penjualan mengalami peningkatan maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang besar. Hutabarat (2013) menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) merupakan ukuran penting dalam menilai suatu perusahaan dimana rasio *Net Profit Margin* (NPM) selain digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba juga digunakan untuk mengetahui efektifitas perusahaan dalam mengelola sumber-sumber yang dimilikinya.

Rasio *Net Profit Margin* (NPM) mampu memberikan gambaran keuntungan yang diperoleh perusahaan melalui penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan atau dengan kata lain dapat diartikan sebagai, gambaran besar kecilnya laba bersih yang diperoleh perusahaan saat melakukan penjualan. Rasio *Net Profit Margin* (NPM) menunjukkan penghasilan bersih per-rupiah atau dengan kata lain penjualan yang dimiliki perusahaan. *Net Profit Margin* (NPM) juga

digunakan sebagai rasio laba atau rasio keuangan untuk penentu nilai (*value drive*) oleh para praktisi keuangan. Pengukuran *Net Profit Margin* (NPM) dapat diketahui dengan melihat perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan. Berikut hasil perhitungan rasio *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman periode 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI):



Sumber: idx.co.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.11
Rata-Rata Nilai Profitabilitas Yang Diukur Dengan *Net Profit Margin* (NPM) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman Periode 2016-2020 (dalam satuan persen)

Hasil perhitungan pada Gambar 1.11 memperlihatkan nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi terjadi pada tahun 2019 dan nilai terendah pada tahun 2020. Terlihat pada tahun 2016 nilai rata-rata perusahaan makanan dan minuman yang diukur dengan dengan *Net Profit Margin* (NPM) sebesar 8,51%, selanjutnya pada tahun 2017 sebesar 10,29%, tahun 2018 sebesar 9,62%, tahun 2019 sebesar 11,04% dan turun di tahun 2020 hingga mencapai 9,61%. Terlihat hasil yang

fluktuatif pada rata-rata nilai *Net Profit Margin* (NPM) perusahaan makanan dan minuman.

Rendahnya rasio *Net Profit Margin* (NPM) disebabkan karena tingginya biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan dengan tidak efisiennya operasi perusahaan. Perolehan nilai rasio *Net Profit Margin* (NPM) yang rendah dapat disebabkan karena tingginya beban bunga dari kegiatan operasional maupun beban bunga atas hutang hingga menyebabkan penurunan laba perusahaan. Rasio *Net Profit Margin* (NPM) menggambarkan besarnya perolehan laba bersih perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Tingginya nilai *Net Profit Margin* (NPM) menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan jumlah laba yang tinggi sedangkan rendahnya nilai *Net Profit Margin* (NPM) suatu perusahaan dapat mengartikan bahwa perusahaan tersebut hanya mampu memperoleh laba rendah (Merici Biuty dan Triwacananingrum, 2018).

Selain dipengaruhi oleh Tata Kelola dan Profitabilitas, nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh adanya pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi salah satu opsi bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan. Para pemegang saham berpandangan semakin banyak perusahaan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial semakin baik pula nilai perusahaan tersebut (Agustina, 2013). Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa pengungkapan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Melani S (2017); Kapita M.Y.

dan Suardana K.A., (2018); Ayem S. dan Nikmah J., (2019); Sari M.S dan Wulandari A. (2021); Ulinnuha R.I dan Purwanto H.T (2021); dan Anthony dan Alhitayatullah (2020). Beberapa penelitian menunjukkan hasil berbeda yaitu, pelaksanaan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial tidak berpengaruh secara signifikan pada Nilai Perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Purnamawati G.A., Yuniarta G.A. dan Astria P.R.,(2017); Lastanti H.S. dan Salim N., (2018); Hakim L.N., Lestari S., Widiastuti E., dan Dewi M.K., (2019); Piningrum D. dan Siahaan M., (2022); Ulinnuha R.I. dan Purwanto H.T., (2021).

Nilai perusahaan akan terus meningkat apabila perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, Iba Purbawangsa (2019). Aktivitas industri yang memanfaatkan sumber daya alam baik secara langsung ataupun tidak akan menimbulkan dampak pada lingkungan sekitar seperti timbulnya polusi, limbah, keamanan produk hingga keamanan para tenaga kerja (Kurniawati, 2020). Pentingnya perusahaan lebih memperhatikan aspek terhadap lingkungan dan sosial akan memberikan nilai tambah bagi suatu perusahaan dimata masyarakat dan investor.

Beberapa tahun terakhir lingkungan telah mengalami perubahan yang cenderung ke arah negatif dan berdampak pada kerusakan lingkungan (Dasmin M., 2019). Kerusakan lingkungan merupakan suatu permasalahan serius dimana perusahaan di seluruh belahan Dunia telah menjadi salah satu pelaku ekonomi penyebab permasalahan pada lingkungan (Zanetta R., 2020). Saat ini perusahaan di Indonesia sebagian besar hanya berfokus pada pengungkapan laporan keuangan dengan meningkatkan kinerja keuangannya tanpa memperhatikan dampak lain dari

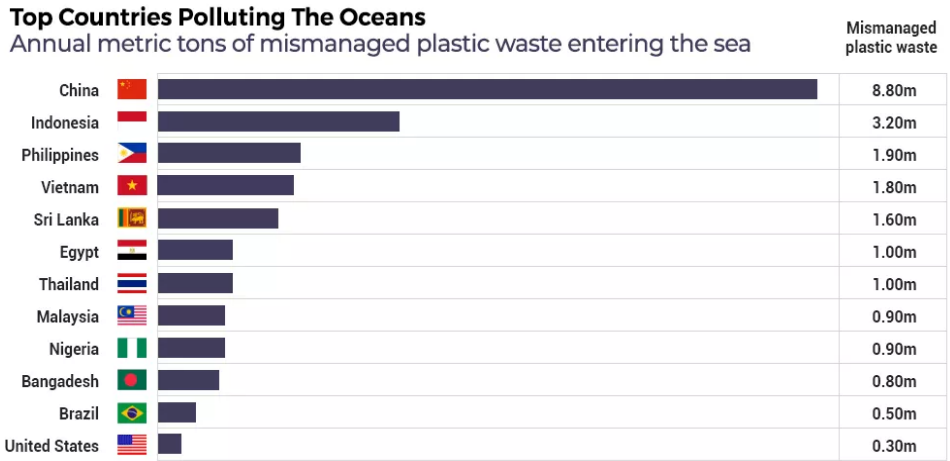
kegiatan perusahaan sedangkan kenyataan saat ini para pelaku bisnis yang termasuk didalamnya investor yang juga termasuk bagian dari masyarakat, sudah mulai peduli, merespon dan memberikan pertanggung jawaban terhadap kesehatan lingkungan (Insani N, 2019). Dunia bisnis telah memperlihatkan bahwa para pemegang saham tidak hanya ingin mengetahui kinerja perusahaan hanya dari kinerja keuangannya tetapi juga kinerja non keuangan termasuk didalamnya aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Zanetta R., 2020).

Kerusakan lingkungan akan semakin parah dan menjadi permasalahan yang sangat serius bila perhatian perusahaan terhadap lingkungan kurang. Banyak perusahaan masih melakukan eksploitasi terhadap sumber daya alam dan sumber daya manusia hanya untuk meningkatkan keuntungan tanpa memperhatikan dampak pada lingkungan. Kerusakan lingkungan oleh perusahaan tidak hanya ditimbulkan dari aktivitas yang dilakukannya melainkan produk yang dihasilkan perusahaan juga dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan.

Pertimbangan yang dihadapi perusahaan dalam melaksanakan aspek-aspek pertanggungjawaban terhadap lingkungan membuat banyak perhitungan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan menjadi dilema dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Pertanggungjawaban aspek-aspek non keuangan yang seharusnya dilakukan dianggap tidak sejalan dengan apa yang diharapkan perusahaan. Permintaan perusahaan yang meningkat akan menaikkan proses produksi yang berdampak pada kerusakan lingkungan yang menjadi semakin besar dan menyebabkan adanya kenaikan pajak, biaya untuk kebersihan, kesehatan dan kelestarian lingkungan.

Tambahan biaya tersebut akan menjadi beban biaya baru bagi perusahaan hingga membuat perusahaan dilema dalam melaksanakan pertanggungjawaban lingkungan (Agustin N, 2020).

Permasalahan mengenai pertanggungjawaban lingkungan yang masih kurang diperhatikan oleh perusahaan didukung oleh salah satu fenomena mengenai masalah sampah plastik dari kemasan suatu produk yang sudah diluar kendali. Seperti artikel yang diperoleh melalui situs resmi dari *National Geographic* (www.nationalgeographic.grid.id) pada (21/09/2020) memaparkan bahwa jurnal IFL *Science* telah melakukan studi dan mempublikasi mengenai temuannya berupa sampah plastik produk. Sebanyak 24 sampai 34 juta ton polusi plastik dari produk konsumsi yang masuk ke saluran air dan tidak hanya ditemukan di saluran air tetapi masuk hingga ke lautan. Seperti terlihat pada gambar berikut mengenai pencemaran lingkungan laut yang ditimbulkan oleh sampah plastik pada beberapa negara di Dunia:

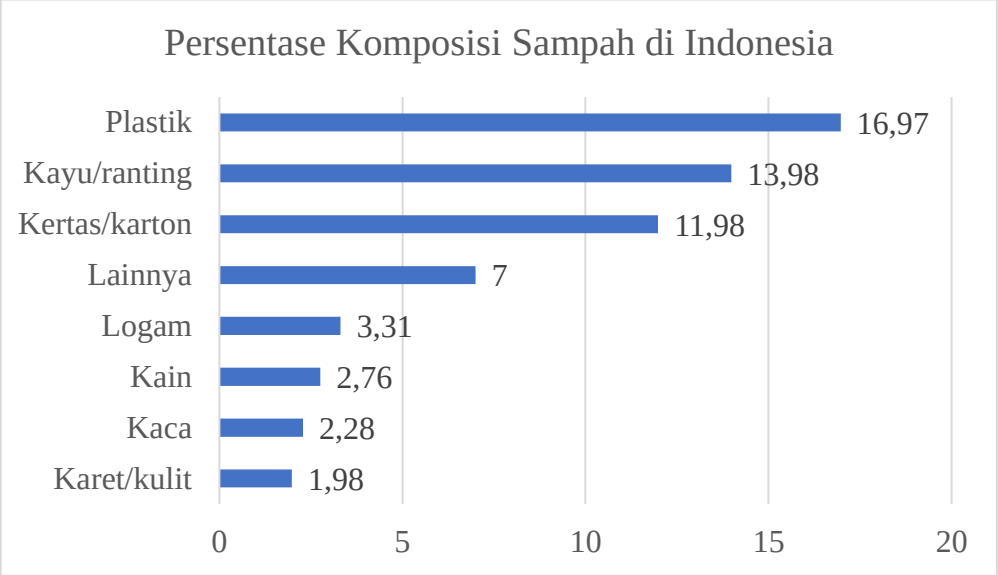


Sumber: condorferries.co.uk

Gambar 1.12
Tingkat Pencemaran Lingkungan Laut Akibat Sampah Plastik Berdasarkan Negara Tahun 2020

Gambar 1.12 memperlihatkan, China sebagai penyumbang sampah plastik terbanyak di dunia. China diperhitungkan berperan sepertiga dari jumlah polusi plastik di bumi namun hal tersebut terjadi karena China merupakan produsen plastik terbesar di Dunia dan sebagai pengekspor plastik terbanyak di Dunia. Permasalahan mengenai banyaknya sampah plastik di China juga disebabkan karena China menerima impor sampah plastik dari beberapa negara untuk di daur ulang. Seiring berjalannya waktu China kesulitan menampung sampah plastik yang akan di daur ulang hingga menimbulkan adanya penumpukan sampah plastik.

Penumpukan sampah plastik yang sudah tidak terbendung lagi membuat China akhirnya membuang semua tumpukan sampahnya ke laut China sampai akhirnya China dinobatkan sebagai negara yang memiliki hobi membuang sampah plastik ke lautan. Gambar 1.12 juga memperlihatkan bahwa Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara penyumbang sampah plastik di Dunia. Berbeda dengan China, banyaknya sampah plastik di Indonesia bukan karena disebabkan oleh faktor luar melainkan karena kurangnya akan kesadaran penduduk Indonesia terkait kelestarian lingkungan. Seperti pernyataan menurut Mentri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Siti Nurbaya Bakar memaparkan “jumlah timbunan sampah di Indonesia mencapai 67,8 juta ton per tahun 2020 dan di dominasi dengan sampah plastik yang sangat menumpuk” dilansir dari (www.news.detik.com) pada 09/06/2020. Data pada Gambar 1.13 akan memperlihatkan permasalahan yang terjadi mengenai sampah di Indonesia, berikut data yang diperoleh melalui (www.lokadata.id) mengenai komposisi sampah di Indonesia tahun 2020:



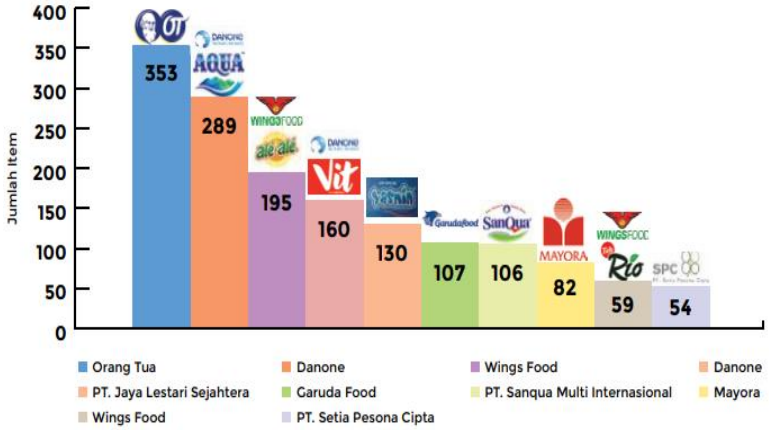
Sumber: lokadata.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.13
Komposisi Sampah di Indonesia Tahun 2020
(dalam satuan persen)

Gambar 1.13 memperlihatkan bahwa persentase terbesar dari sampah yang ada di Indonesia didominasi oleh sampah jenis plastik dengan persentase mencapai 16,97%. Artikel yang dilansir dari (www.industri.kontan.co.id) pada 07/10/2020, menyatakan bahwa permintaan kemasan plastik masih tumbuh positif sampai triwulan II tahun 2020 dan sebagian besar penjualan produk plastik selain kantong kresek, diserap oleh sektor industri makanan dan minuman dengan porsi hingga 40% dari total penjualan keseluruhan.

Fenomena mengenai sampah plastik di Indonesia semakin jelas saat adanya audit merek yang dilakukan oleh *Greenpeace* Indonesia selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 bertemakan "Sampah Perusahaan Produk Kebutuhan Sehari-hari". Aktivitas tahunan ini melibatkan berbagai komunitas hingga individu yang memiliki kecintaan terhadap kesehatan lingkungan seperti organisasi Dunia yang juga ada di Indonesia yaitu *Greenpeace* Indonesia melakukan audit merek

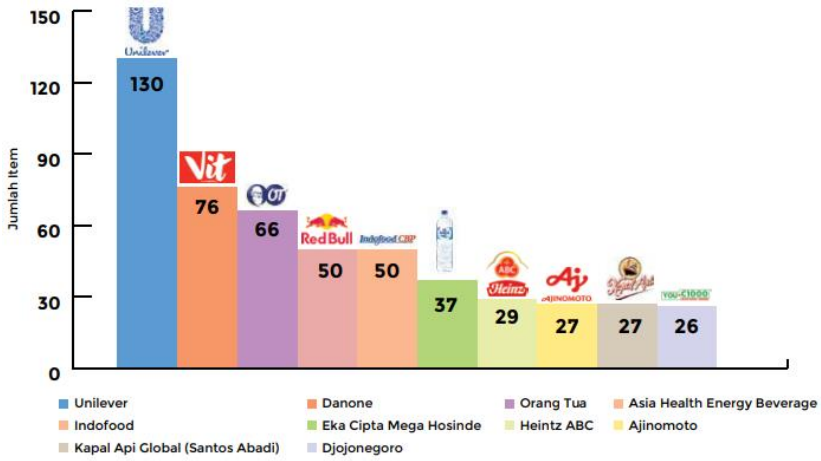
berdasarkan sampah plastik yang bertebaran mencemari lingkungan. Hasil temuan audit merek yang dilakukan oleh *Greenpeace* Indonesia memperlihatkan perusahaan besar industri makanan dan minuman menempati peringkat teratas penyumbang sampah plastik terbanyak. Berikut data yang diperoleh dari situs resmi *Greenpeace* mengenai sampah merek berdasarkan audit tahun 2016 sampai dengan 2019:



Sumber: greenpeace.com

Gambar 1.14
Hasil Audit Merek Sampah Kemasan
Produk Makanan dan Minuman Tahun 2016
(dalam satuan potongan)

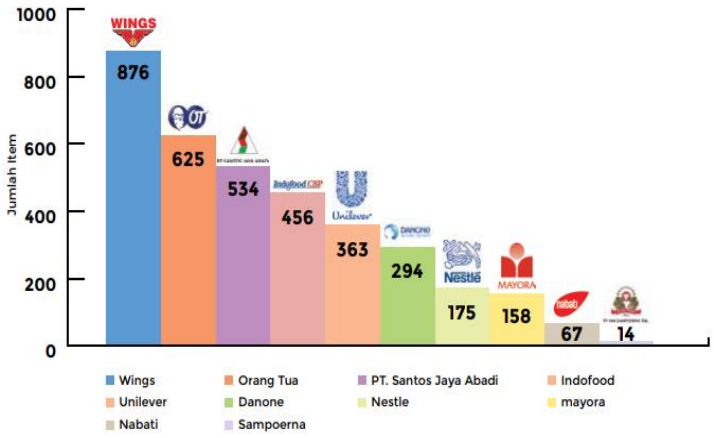
Terlihat berdasarkan Gambar 1.14, terdapat tiga Perusahaan besar sebagai penyumbang sampah plastik terbanyak. Perusahaan OrangTua menduduki posisi pertama penyumbang sampah plastik terbanyak ketimbang merek lainnya. Sampah dari produk perusahaan OrangTua ditemukan mencapai 353 potongan sampah plastik dan diikuti oleh Danone sebanyak 289 potongan plastik, lalu WingsFood sebanyak 195 potongan sampah plastik. Audit merek yang dilakukan pada tahun 2017 terlihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: greenpeace.com

Gambar 1.15
Hasil Audit Merek Sampah Kemasan
Produk Makanan dan Minuman Tahun 2017
(dalam satuan potongan)

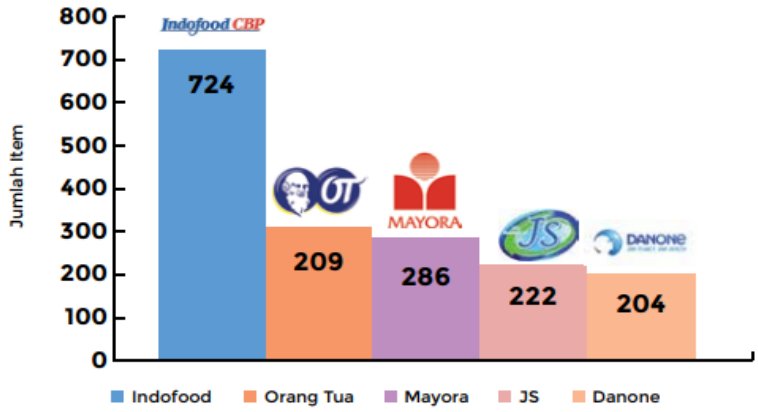
Berbeda dari tahun sebelumnya pada gambar 1.15 memperlihatkan di tahun 2017 sampah plastik dari Perusahaan OrangTua didapati tidak sebanyak tahun 2016 yaitu, hanya ditemukan sebanyak 66 potongan sampah plastik. Posisi pertama penyumbang sampah plastik terbanyak ditempati oleh Unilever yang ditemukan sebanyak 130 potongan sampah plastik dan posisi ketiga ditempati oleh perusahaan Vit, dengan temuan sampah plastik sebanyak 76 potongan. Audit merek yang dilakukan pada tahun 2018 adalah sebagai berikut:



Sumber: greenpeace.com

Gambar 1.16
Hasil Audit Merek Sampah Kemasan
Produk Makanan dan Minuman Tahun 2018
(dalam satuan potongan)

Pada Gambar 1.16 audit merek tahun 2018 ditemukannya sampah produk perusahaan WingsFood sebanyak 876 potongan sampah plastik dan menempati sebagai posisi pertama penyumbang sampah plastik terbanyak. Perusahaan OrangTua terlihat adanya peningkatan polusi plastik yang sangat signifikan di tahun 2018 dimana perusahaan OrangTua didapati sebanyak 625 potongan sampah plastik dari produknya. Hasil dari dilakukannya audit merek tahun 2019 adalah sebagai berikut:



Sumber: greenpeace.com

Gambar 1.17
Hasil Audit Merek Sampah Kemasan
Produk Makanan dan Minuman Tahun 2019
(dalam satuan potongan)

Pada Gambar 1.17 memperlihatkan tahun 2019 ditemukannya sampah produk Perusahaan Indofood CBP mencapai 724 potongan sampah plastik dimana perusahaan Indofood CBP sebelumnya tidak pernah menempati posisi atas sebagai penyumbang sampah plastik terbanyak. Perusahaan OrangTua menduduki posisi

kedua seperti di tahun 2018 namun dengan jumlah sampah produknya lebih sedikit yaitu hanya sebanyak 209 potongan. Perusahaan Mayora menempati posisi ketiga dengan penyumbang sampah plastik produk terbanyak yaitu sebanyak 286 potongan sampah plastik.

Sampah kemasan plastik produk makanan dan minuman menjadi kategori sampah yang paling banyak ditemukan dibandingkan jenis sampah lainnya. Hasil ini terlihat konsisten pada temuan audit merek oleh *Greenpeace* Indonesia setiap tahunnya. Berdasarkan data yang telah diperoleh terlihat bahwa produsen yang sampah produknya kerap berada di peringkat teratas adalah Danone, Orang Tua, dan Wings. Temuan dari kegiatan audit merek yang dilakukan *Greenpeace* memperlihatkan sampah plastik dengan merek masih mendominasi sampah plastik di Indonesia selama tahun 2016 hingga 2019. Fenomena yang sama masih terjadi di tahun 2020 dimana perusahaan makanan dan minuman masih tetap sebagai penyumbang sampah plastik dari produk yang dihasilkannya. Melalui audit merek yang dilakukan oleh Ecoton mengenai *brand audit* sampah sepanjang tahun 2020. Lebih jelasnya terlihat pada gambar di bawah ini:

Sumber: limbahnews.com (Data diolah kembali)

Gambar 1.18
Hasil Audit Merek Sampah Kemasan
Produk Makanan dan Minuman Tahunan Tahun 2020
(dalam satuan potongan)

Terlihat pada Gambar 1.18 perusahaan besar seperti WingsFood menempati posisi pertama dengan sampah plastik sebanyak 1121 potongan sampah plastik, dilanjutkan dengan Indofood sebanyak 586 potongan sampah plastik, dan Unilever sebanyak 371 potongan sampah plastik. Melihat fenomena masih banyaknya sampah plastik dari perusahaan besar makanan dan minuman menunjukkan bahwa masih kurangnya kesadaran perusahaan dalam mengelola limbah kemasan yang dihasilkannya. Seiring berjalannya waktu kerusakan lingkungan dapat menjadi permasalahan serius apabila masih banyaknya perusahaan yang hanya memikirkan keuntungan tanpa memikirkan dampak terhadap lingkungan dari kegiatan bisnis dan hasil produknya.

Dampak lingkungan yang semakin serius membuat masyarakat semakin sadar akan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial dari pihak perusahaan. Investor yang hendak berinvestasi pada suatu perusahaan kini tidak hanya mementingkan kinerja keuangan perusahaan itu sendiri melainkan kinerja non keuangan seperti tanggung jawab sosial dari perusahaan juga menjadi faktor yang dipertimbangkan sebagai langkah awal untuk berinvestasi.

Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada

umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemilik atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap pihak-pihak terkait yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan (E.D. Paskaboni., 2021). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dimaksudkan untuk meminimalisir dampak yang ditimbulkan perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya (Fitria E., 2017). Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan ISO 26000 yaitu tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak dari keputusan ataupun kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyeimbangkan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Pemerintah mendukung dalam menyelamatkan kesehatan lingkungan dengan mengeluarkan peraturan UU Nomor 40 Tahun 2007. Undang-undang yang dikeluarkan pemerintah mengatur tentang kewajiban bagi setiap perusahaan dalam menjalankan operasionalnya di bidang Sumber Daya Alam (SDA) harus melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Saat ini kegiatan tanggung jawab sosial tidak sepenuhnya memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dan lebih banyak mengarah kepada *greenwashing* atau sarana pemasaran bagi perusahaan. *Greenwashing* adalah teknik pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan kesan ramah lingkungan dengan tujuan

untuk meningkatkan penjualan atau citra perusahaan tanpa melakukan perubahan yang signifikan pada praktik bisnis yang berdampak negatif pada lingkungan.

Green washing terjadi karena kurangnya pengawasan pemerintah dalam mengukur seberapa jauh komitmen perusahaan terhadap program keberlangsungan lingkungan alam dan sosial yang disebabkan oleh kegiatan operasionalnya. Fenomena *green washing* menjadikan dilema bagi perusahaan untuk bagaimana dapat menunjukkan kontribusi dan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial tanpa mengurangi kepercayaan investor. Belajar dari negara lain perlu adanya regulasi yang mengatur laporan secara terperinci dan terukur untuk dijadikan catatan penilaian bagi pemerintah dalam mengukur seberapa jauh komitmen ataupun program perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau dalam bahasa inggris disebut *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) merupakan upaya perusahaan dalam mempublikasikan segala kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dan nantinya laporan tanggung jawab sosial diperuntukkan untuk para pemangku kepentingan (Insani N., 2019). Laporan tanggung jawab sosial bersifat non keuangan dan lebih mengarah kepada tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang dilakukannya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial diungkapkan oleh perusahaan sesuai dengan pedoman pelaporan terstandar. Pedoman pelaporan tanggung jawab perusahaan yang menjadi acuan populer bagi banyak perusahaan di Indonesia adalah pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) atau yang biasa dikenal sebagai

Standar GRI. Standar *Global Reporting Initiative* (GRI) dipandang sebagai salah satu pedoman yang komprehensif dan dapat diandalkan karena telah dipublikasikan secara global dan didukung oleh struktur laporan yang mewakili kepentingan berbagai pihak (Anggraeni dan Djakman, 2018:8). Penggunaan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) telah dipraktekkan oleh lebih dari 1000 perusahaan di seluruh dunia baik perusahaan swasta maupun milik negara (Sukoharsono, 2019).

Pengungkapan tanggung jawab sosial yang disusun oleh perusahaan harus mengikuti ketetapan standar agar runtut dan dapat dibandingkan dengan perusahaan lainnya dalam industri tertentu. Penetapan standar pengungkapan tanggung jawab sosial dapat menjadi acuan evaluasi suatu perusahaan terhadap perusahaan pesaing. Ketika perusahaan mengikuti standar yang telah ditetapkan, secara tidak langsung sistematika pelaporan tiap perusahaan tentu akan sama walaupun kelengkapan dalam pengungkapannya berbeda-beda sehingga mempermudah saat digunakan untuk bahan evaluasi bagi masing-masing perusahaan dalam persaingan bisnis suatu industri. Standar pelaporan GRI selalu mengalami pembaruan untuk menyesuaikan kondisi di lapangan. Saat ini standar GRI G4 merupakan standar pelaporan terpopuler yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) (Kharima B.P., 2020). Berikut rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial dengan ukuran standar GRI G4 pada perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman Periode 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI):

Sumber: idx.co.id (Data diolah kembali)

Gambar 1.19
Rata-Rata Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi
SubSektor Makanan dan Minuman Periode 2016-2020

Gambar 1.19 memperlihatkan hasil perhitungan rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan makanan dan minuman berdasarkan seluruh aspek sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan oleh GRI G4 terlihat hasil yang baik selama lima tahun berturut-turut. Grafik memperlihatkan peningkatan jumlah perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial. Kecilnya nilai pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terjadi karena beberapa perusahaan tidak mengungkapkan beberapa aspek, namun seiring berjalannya waktu banyak perusahaan berusaha untuk lebih meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial karena semakin bertambahnya jumlah perusahaan yang menjadi perusahaan terbuka dan melakukan pengungkapan

tanggung jawab sosial dengan sebaik mungkin demi memenangkan persaingan dalam industri.

Tingginya persaingan usaha antar perusahaan membuat banyaknya tantangan yang harus dihadapi dalam menjaga kontinuitas usahanya. Hanya dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tidak menjamin akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Saat ini perusahaan sudah tidak hanya dihadapi oleh persaingan bisnis melalui pemasaran sosial dan lingkungan saja namun juga dihadapkan oleh konflik keagenan. Konflik keagenan atau biasa dikenal sebagai *agency problem* terjadi karena pihak manajemen lebih mengutamakan kepentingan pribadinya tanpa memikirkan para pemegang saham. Manajer diberi kekuasaan oleh para pemegang saham untuk membuat keputusan hingga menciptakan potensi konflik kepentingan (keagenan). Pentingnya menyelaraskan kepentingan pemegang saham dengan manajer dibutuhkan dukungan dari tata kelola perusahaan yang baik. Sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh adanya tata kelola perusahaan yang baik (Iba Purbawangsa, 2019).

Berdasarkan fenomena mengenai tata kelola perusahaan dan juga beberapa teori-teori yang mendukung memperlihatkan bahwa dengan baiknya penerapan tata kelola perusahaan akan menentukan praktik manajemen dan pengambilan keputusan berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (IBA Purbawangsa, 2019). Beberapa penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil mengenai hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial dan tata kelola.

Beberapa peneliti mengungkapkan adanya pengaruh positif signifikan antara Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan Tata Kelola, seperti penelitian menurut, Sukasih A. (2017); Jayanti K.R dan Husaini A., (2018); Suripto (2020); Swardani, Suprasto, Ratnadi, dan Suaryana (2021). Sedangkan, beberapa penelitian terdahulu lainnya mengungkapkan hasil yang berbeda, yaitu tidak terdapat pengaruh antara Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan Tata Kelola, seperti penelitian menurut, Mai M.U., (2017); Oktavila dan Erinos N.R., (2019); Utami S.W., (2019); Tibiletti V., Marchini P.L., Furlotti K., dan Medioli A., (2020).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh adanya penerapan tata kelola perusahaan tetapi terdapat variabel lainnya yang dapat mempengaruhi pelaksanaan tanggung jawab sosial yaitu tingkat profitabilitas perusahaan (IBA Purbawangsa, 2019). Tujuan utama dari suatu perusahaan tentu untuk dapat memperoleh keuntungan. Laba dari suatu perusahaan juga menjadi perhatian utama bagi para investor hingga analis keuangan karena konsistensi profitabilitas memungkinkan perusahaan untuk bertahan dengan memperoleh pengembalian yang cukup apabila dibandingkan dengan risikonya (Toto, 2019).

Tingginya perolehan profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan akan membantu perusahaan untuk dapat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tanpa adanya dilema (Wulandari S. dan Zulhaimi H., 2017). Saat perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat membantu meningkatkan profitabilitas yang akan diperoleh perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan membuat para investor makin tertarik untuk

menanamkan dananya pada perusahaan tersebut (Pulungan S. N. dan Krisnawati A., 2021).

Terdapat perbedaan hasil penelitian dari beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian menurut Djamilah S. dan Surenggono (2017); Effendi S., (2018); Tanod K. N., Nangoi G. B., dan Suwetja I. G., (2019); Permatasari F. dan Widianingsih L. P. (2020); Siregar S. A., (2021) menemukan bahwa adanya hubungan positif signifikan antara Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Profitabilitas. Perbedaan hasil penelitian juga ditemukan oleh beberapa peneliti seperti penelitian yang dilakukan oleh Setiyawati H dan Basar Y. S., (2017); Jayanti K. R dan Husaini A., (2018); Tampubolon E. G. dan Siregar D. A., (2019); Pratiwi A., Nurulrahmatia N. dan Muniarty P., (2020); Istiqomah S., (2021), menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Profitabilitas.

Secara keseluruhan variabel dalam penelitian ini akan menggunakan Nilai Perusahaan, Tata Kelola, Profitabilitas, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang meneliti keempat variabel secara bersamaan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial sebagai variabel moderasi. Penelitian yang dilakukan oleh, Sunaryo K., Fabian A., dan Dewi S., (2018) menemukan bahwa, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial mampu memoderasi Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ilmi M., Kustono A., dan Sayekti Y., (2017) menemukan bahwa, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial tidak memoderasi Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Beberapa penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya memperlihatkan hasil yang berbeda-beda pada penelitian-penelitian terdahulu mengenai variabel penelitian. Perbedaan hasil penelitian terdahulu dan masalah-masalah yang terjadi pada setiap variabel menjadikan landasan bagi Peneliti untuk melakukan penelitian mengenai keempat variabel tersebut dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial menjadi variabel pemoderasi dalam pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan beberapa pengukuran berbeda dari penelitian terdahulu dimana penelitian ini menggunakan tiga ukuran dalam perhitungannya untuk setiap variabel. Nilai Perusahaan akan diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV) dan Tobin's Q. Tata Kelola Perusahaan akan diukur dengan Dewan Komisaris Independen (DKI), Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional. Profitabilitas akan diukur dengan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial akan menggunakan pedoman standar GRI G4 yang terdiri dari kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, serta hasil dari penelitian-penelitian terdahulu, Peneliti akan melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)"**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada dasarnya penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data konkret untuk memecahkan beberapa masalah. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka Peneliti akan mengidentifikasi dan merumuskan masalah untuk melakukan penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas yang di dasari dengan beberapa fenomena telah menjadi identifikasi masalah hingga merumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini, maka dapat diuraikan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perhitungan rata-rata rasio nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER) terlihat fluktuatif cenderung menurun pada perusahaan Manufaktur SubSektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
2. Perhitungan rata-rata rasio nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* (PBV) terlihat fluktuatif cenderung menurun pada perusahaan Manufaktur SubSektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
3. Perhitungan rata-rata rasio nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin’s Q terlihat fluktuatif cenderung menurun pada perusahaan Manufaktur SubSektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

4. Manipulasi laporan keuangan yang dilakukan oleh petinggi salah satu perusahaan besar industri Makanan dan Minuman, hal tersebut terjadi karena buruknya penerapan Tata Kelola perusahaan.
5. Perhitungan rata-rata rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA) terlihat fluktuatif cenderung menurun pada perusahaan Manufaktur SubSektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
6. Perhitungan rata-rata rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE) terlihat fluktuatif cenderung menurun pada perusahaan Manufaktur SubSektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
7. Perhitungan rata-rata rasio profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) terlihat fluktuatif cenderung menurun pada perusahaan Manufaktur SubSektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
8. Kerusakan lingkungan salah satunya disebabkan oleh kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan.
9. Kesadaran perusahaan yang minim terhadap dampak kegiatannya bagi lingkungan.
10. Studi yang dipublikasikan oleh jurnal IFL *Science* menemukan sebanyak 24 sampai 34 juta ton sampah plastik masuk ke saluran air hingga lautan, Indonesia menempati posisi kedua penyumbang sampah plastik terbanyak di dunia.

11. Berdasarkan data komposisi sampah Indonesia, sampah plastik memperoleh hasil persentase tertinggi ketimbang jenis sampah lainnya.
12. Berdasarkan data audit merek mengenai sampah plastik, perusahaan Makanan dan Minuman menjadi penyumbang sampah plastik terbanyak di Indonesia sepanjang tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.
13. Pertimbangan yang banyak bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan pertanggung jawaban sosial hingga tidak sedikit perusahaan yang menjadikan laporan tanggung jawab sosial menjadi sarana pemasaran bagi perusahaan.
14. Analisa laporan yang dibuat perusahaan untuk mengukur dampak sosial dan lingkungan tidak efektif sehingga membuat pemerintah tidak dapat mengawasi dan mengukur seberapa jauh komitmen perusahaan terhadap program keberlangsungan lingkungan alam dan sosial yang terkena dampak dari kegiatan operasionalnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020 yaitu, sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi Nilai Perusahaan, Tata Kelola, Profitabilitas, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
2. Bagaimana pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara simultan dan parsial.

3. Bagaimana pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memoderasi Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses pencarian kebenaran ataupun pembuktian terhadap suatu fenomena melalui prosedur kerja tertentu. Adapun Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan tuntuk menganalisis dan mengetahui:

1. Bagaimana kondisi Nilai Perusahaan, Tata Kelola, Profitabilitas, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
2. Bagaimana pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara simultan dan parsial.
3. Bagaimana Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memoderasi pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipercaya dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang berhubungan dengan penelitian serta dapat memberikan manfaat berupa kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis yang akan diuraikan sebagai berikut

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan penelitian ini secara teoritis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan adanya Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. Selain itu, diharapkan juga penelitian ini dijadikan sebagai suatu perbandingan teori terdahulu dalam penelitian dengan penerapan secara nyata pada perusahaan ataupun Bursa Efek.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan disiplin ilmu di bidang Manajemen Keuangan.
b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi untuk pengembangan ilmu mengenai Nilai Perusahaan, Tata Kelola, Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan juga yang menjadi salah satu sumber tambahan untuk pihak yang memerlukan informasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini merupakan suatu hal yang dapat menimbulkan manfaat baik bagi Peneliti, perusahaan maupun bagi pembaca pada umumnya. Adapun manfaat-manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menelaah lebih jauh mengenai efektivitas penerapan Tata Kelola pada perusahaan Manufaktur Sektor Barang

Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman sehingga manajemen dapat mengoptimalkan fungsi mekanisme tersebut dalam mengurangi risiko agensi dan asimetri informasi yang nantinya mampu meningkatkan Profitabilitas dengan diikuti naiknya Nilai Perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

2. Bagi Regulator

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai efektivitas peraturan yang telah dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI) mengenai pentingnya penerapan mekanisme Tata Kelola dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam perusahaan sektor industri makanan dan minuman untuk dapat mendorong peningkatan praktik Tata Kelola dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mendorong pihak regulator untuk terus memperbaiki peraturan yang sudah ada tentang penerapan mekanisme Tata Kelola dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial agar dapat meningkatkan perlindungan terhadap investor dan masyarakat luas.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi, tolak ukur atau pertimbangan, khususnya bagi individual investor yang tertarik untuk mengambil keputusan keuangan terutama dalam menginvestasikan dananya.

4. Bagi Publik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang kegiatan mengenai Tata Kelola dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat luas mengenai praktik Tata Kelola dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial yang dilakukan perusahaan.