

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan adalah badan usaha yang beroperasi pada setiap jenis bisnis yang sifatnya tetap dan kontinu serta didirikan, berjalan, dan bertempat di wilayah negara. Tujuan perusahaan dapat dibagi menjadi dua, yaitu tujuan sosial dan tujuan ekonomis. Tujuan sosial perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen menggunakan barang dan jasa yang diproduksinya. Sedangkan tujuan ekonomis dari perusahaan adalah untuk mendapatkan laba yang akan digunakan untuk berbagai keperluan perusahaan antara lain menjaga kualitas produk, mensejahterakan pegawai dan pemegang saham, dan menjaga keberlangsungan hidup perusahaan (Hasugian and Stella, 2021).

Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan menggunakan aset perusahaan. Besar kecilnya keuntungan yang didapatkan perusahaan bisa dipakai sebagai indikator apakah kinerja perusahaan tersebut baik atau belum baik. Profitabilitas merupakan prasyarat yang berarti dalam melindungi keberlangsungan suatu perusahaan dalam jangka panjang serta merupakan variabel yang mempengaruhi secara signifikan terhadap pencapaian tujuan keuangan perusahaan. Profitabilitas menjadi daya tarik yang utama bagi pemilik perusahaan dan pemegang saham sebab profitabilitas (Wulandari and Efendi, 2022).

Perusahaan melakukan banyak upaya untuk mendapatkan laba usaha setiap tahunnya diantaranya melalui pengelolaan rasio lancar dengan baik dan lancar tiap tahunnya sehingga kewajiban jangka pendek dan jangka panjang dapat terbayar dengan lancar. Selain itu, rasio cepat dapat mencerminkan sampai sejauh mana aset sangat likuid dimiliki oleh perusahaan seperti kas, bank, piutang yang dapat dikonversi menjadi kas dalam batas waktu relatif cepat. Perubahan laba perusahaan juga dapat ditentukan sampai seberapa cepat perputaran persediaan yang dimiliki oleh perusahaan selama satu periode akuntansi. Bila persediaan di perusahaan dapat berputar cepat yaitu tidak membutuhkan waktu lama persediaan barang terjual dari

gudang penyimpanan maka ini akan dapat menghemat biaya penyimpanan digudang (Andrea et al. 2024).

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan, terutama bagi para pemegang sahamnya, terwujud berupa upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan yang bersangkutan. Tujuan ini bersifat garis besar, karena pada praktiknya tujuan itu senantiasa dipengaruhi oleh keputusan-keputusan di bidang keuangan. Profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjual maupun investasi (Hidayat and Khotimah, 2022).

Berjalannya proses bisnis tidak selamanya berjalan mulus, ini terbukti pada tahun 2023. PT Unilever Indonesia, Tbk (UNVR) mencatatkan penurunan laba bersih sebesar Rp 4,8 triliun atau turun 10,4 persen dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 5,3 triliun. UNVR mencatatkan penjualan bersih sebesar Rp 38,6 triliun pada tahun 2023, dan gross margin meningkat sebesar 346 bps dibandingkan tahun 2022 (Safitri, 2024).

Presiden Direktur UNVR Benjie Yap mengatakan, pihaknya terus mendorong upaya untuk memperkuat fundamental bisnis. Hal ini menjadi prioritas utama sepanjang tahun 2023. Benjie Yap mengungkapkan secara virtual "Pada kuartal III-2023, bisnis kami mulai tumbuh dengan mencatatkan kenaikan penjualan domestik sebesar 3,3 persen, didorong oleh pertumbuhan volume dasar yang positif sebesar 4,3 persen" (Safitri, 2024).

Bukan hanya itu, PT Mayora Indah Tbk (MYOR), mencatatkan pendapatan sebesar Rp 24,47 triliun sepanjang tahun lalu, turun 2,2% dari posisi Desember 2019 sebesar Rp 25,03 triliun. Mayora di bisnis konsumen dengan berbagai macam barang mulai dari minuman ringan, biskuit hingga bubur dan sereal. Penjualan tahun lalu berkurang sebesar Rp 549,7 miliar jika dibandingkan dengan tahun 2019. Dalam laporan yang mereka terbitkan, manajemen MYOR menyatakan turunnya pendapatan ini salah satunya disebabkan oleh ketidakpastian kondisi ekonomi. Ini terjadi karena dampak negatif pada pasar finansial global akibat pandemi Covid-19 yang dirasakan sepanjang 2020 lalu (Sandria, 2021).

Tabel 1.1
Data Profitabilitas Perusahaan Sub sektor Industri Barang Konsumsi

No	Kode Saham	ROA				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	0,086583	0,116301	1,632239	0,522977	10,38027
2	UNVR	35,80175	34,88514	30,19712	29,28664	28,8101
3	ULTJ	15,67492	12,98049	16,89244	13,0889	15,83131
4	MYOR	10,71233	10,60887	6,080298	8,843785	13,5937
5	DMND	0,575314	0,324907	3,44507	27,9327	30,89278
6	ADES	10,20033	14,16252	20,37853	22,1789	18,98146
7	GOOD	8,601347	3,7301	7,280429	7,12007	8,097616

Sumber : *Olahan Penulis dihitung dengan rumus ROA pada Laporan Keuangan 2024*

Pandemi Covid-19 menimbulkan volatilitas yang tinggi pada nilai wajar instrumen keuangan, terhentinya perdagangan, gangguan operasional perusahaan, pasar saham yang tidak stabil, volatilitas nilai tukar mata uang asing dan likuiditas yang ketat pada sektor-sektor ekonomi tertentu di Indonesia, termasuk industri manufaktur, yang dapat berkelanjutan dan berdampak terhadap keuangan dan operasional Grup. Penurunan pendapatan dari penjualan tidak selaras dengan beban pokok penjualan yang malah naik sedikit menjadi Rp 17,18 triliun dari sebelumnya Rp 17,10 triliun (Sandria, 2021).

Pada dasarnya, tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Perolehan laba saja tidak cukup untuk menjaga keberlanjutan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan memiliki tujuan lain yaitu meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya. Secara tidak langsung nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Yanti, 2015).

Dunia bisnis modern mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dan persaingan yang sangat ketat. bisnis berkembang, maka tingkat disparitas sosial dan kerusakan lingkungan terus meningkat. tinggi karena banyaknya kegiatan perusahaan yang tidak memiliki kontrol terhadap sumber daya yang berbeda untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. pihak yang langsung berhubungan dengan

bisnis, masyarakat, dan lingkungan perusahaan juga merasakan efek yang dihasilkan oleh aktivitas operasi bisnis. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para shareholder, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, supplier, komunitas dan juga pesai (Nirawati et al. 2022).

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, dimana semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan dan kemakmuran para pemegang saham juga meningkat. Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, hal ini dikarenakan profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang atau tidak (Nurhasanah and Kahfi, 2023).

Tabel 1.3
Data Nilai Perusahaan Manufaktur sub sektor Industri Barang Konsumsi

No	Kode Saham	PBV				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	0,93654	3,321924	1,866214	0,645241	0,952775
2	UNVR	6,067179	56,7919	36,28483	44,85702	39,82846
3	ULTJ	0,011621	0,026956	0,013624	0,013244	0,032911
4	MYOR	4,62986	5,375704	4,015108	4,355129	3,643034
5	DMND	5,340016	38,17129	14,51134	41,27116	2,331719
6	ADES	0,001085	1,229464	2,001162	3,480156	3,299356
7	GOOD	4,029319	3,237959	6,391813	5,780015	4,058644

Sumber: Olahan Penulis dihitung dengan rumus PBV pada Laporan Keuangan 2024

Pada umumnya, faktor keuangan merupakan faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, faktor non keuangan juga sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang berdampak terhadap nilai perusahaan di mata investor. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu faktor non keuangan yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang

dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan menjadi meningkat (Nurhasanah and Kahfi, 2023).

Corporate Social Responsibility sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan perusahaan saja, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak-dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. *Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela (*voluntary*) dimana suatu perusahaan membantu mengatasi problem sosial dan lingkungan, melainkan bersikap wajib (*obligation*) perusahaan untuk peduli terhadap dan meringankan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat. Hal ini terkait dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat(1) tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Yanti, 2015).

Di era globalisasi ini banyak sekali perusahaan yang lahir dan berkembang di Indonesia, dan hal tersebut dapat meningkatkan perekonomian Indonesia asalkan mencapai perekonomian yang stabil. Perusahaan manufaktur, jasa, dan perdagangan saling bersaing untuk bertahan dan menjadi yang terbaik. Perusahaan-perusahaan ini didirikan dengan tujuan utama untuk meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan sosial pemilik atau pemegang sahamnya, atau memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan lain memulai bisnis adalah memaksimalkan nilai bisnis. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan tujuan inti perusahaan (Wulandari and Efendi, 2022).

Tabel 1.2
Daftar nama perusahaan manufaktur sektor industri bahan konsumsi

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	ADES	PT Akasha Wira International Tbk.
2	CAMP	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
3	MYOR	PT Mayora Indah Tbk.
4	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
5	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk.
6	GOOD	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
7	DMND	PT Diamond Food Indonesia Tbk.

Sumber : <https://www.idx.co.id/id/idx-syariah/indeks-saham-syariah>

Meningkatkan nilai suatu perusahaan, lingkungan bisnis diperlukan tidak hanya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan risiko lingkungan sosial dan ancaman terhadap pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan strategi yang menciptakan reputasi baik bagi perusahaan di mata pihak eksternal dengan melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan menerapkan program tanggung jawab sosial, perusahaan dapat meningkatkan ekuitas, reputasi dan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Tanggung jawab sosial perusahaan sering kali dianggap sebagai inti dari etika bisnis, artinya perusahaan tidak hanya menjalankan usahanya kepada pemegang saham saja, namun juga kepada pihak lain di luar perusahaan, seperti negara, lingkungan hidup, LSM, karyawan, dan komunitas lokal atau apa. sering diadakan dengan para pemangku kepentingan (Wulandari and Efendi, 2022).

Melaksanakan tanggung jawab sosial berarti perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya, biaya kemudian menjadi beban sehingga menurunkan pendapatan sehingga margin keuntungan perusahaan menyusut. Namun dengan diperkenalkannya tanggung jawab sosial, citra perusahaan pun membaik sehingga loyalitas konsumen pun meningkat. Perusahaan juga bertanggung jawab atas laporan tahunan. Tujuan pelaporan ini adalah untuk memenuhi transparansi dan tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial. Semakin ditekankan tanggung jawab sosial dalam

laporan tahunan, maka perusahaan dianggap memiliki tingkat tanggung jawab sosial yang tinggi, dan sebaliknya, semakin sedikit tanggung jawab sosial yang diungkapkan maka perusahaan tersebut semakin tidak bertanggung jawab secara sosial (Wulandari and Efendi, 2022).

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis mengangkat **judul "Pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sub sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 – 2023"**. Penelitian ini akan lebih berfokus pada nilai perusahaan dengan fokus pada perusahaan manufaktur di bidang industri barang konsumen yang dimana penelitian-penelitian sebelumnya masih banyak difokuskan terhadap perusahaan secara umum, yang dimana menjadi alasan dalam memilih objek penelitian. Penelitian sangat diperlukan mengingat penurunan laba pada perusahaan industri bahan konsumen yang terdaftar di BEI pada saat pandemi.

B. Identifikasi Masalah

- a. Periode 2019–2023 mencakup masa pandemi COVID-19 yang membawa dampak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Pandemi juga mendorong peningkatan perhatian terhadap isu-isu keberlanjutan dan CSR. Oleh karena itu, perlu diteliti bagaimana perubahan ini memengaruhi hubungan antara profitabilitas, CSR, dan nilai perusahaan.
- b. Nilai perusahaan dalam sub sektor industri barang konsumsi sering mengalami fluktuasi akibat berbagai faktor, termasuk kinerja keuangan, kondisi pasar, dan ekspektasi investor. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana profitabilitas dan praktik CSR memengaruhi nilai perusahaan.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah adalah upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas dengan tujuan agar penelitian bisa lebih fokus dan realistis untuk dilakukan. Oleh sebab itu, Peneliti berfokus pada pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dalam sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2023.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?
3. Apakah Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?

E. Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian ini di dasarkan pada bagaimana masalah dirumuskan:

1. Untuk menganalisis apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berharap dapat memberikan manfaat kepada pihak pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penulis berharap bahwa penelitian ini membantu peneliti menerapkan apa yang di pelajari selama masa kuliah, Penelitian ini juga memberikan pemahaman tentang pengaruh Profit dan CSR terhadap penilaian Perusahaan.

2. Bagi Akademisi

Dapat menambah khasanah pengetahuan mengenai Profitabilitas dan CSR berkaitan dengan Nilai Perusahaan

3. Bagi Peneliti Lain

Penulis berharap agar pembaca/peneliti lain bisa menambah wawasan dan informasi terhadap variabel-variabel yang diteliti oleh penulis.

G. Sistematika Pembahasan

Pada penulisan ini perlu adanya sistematika penulisan dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami substansi serta gambaran secara garis besar mengenai hasil penelitian ini. Maka secara umum akan dipaparkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN berisi mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI dalam bab ini akan menggambarkan tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul penulisan skripsi yaitu Pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023, penelitian terdahulu untuk mengetahui gambaran dari penelitian sebelumnya mengenai judul terkait, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN berisi mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber dan jenis data, variabel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN yang berisikan tentang gambaran umum dari tempat penelitian dan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, pembahasan mengenai Pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

BAB V PENUTUP merupakan bab terakhir yang mana berisikan mengenai kesimpulan dan sebuah hasil penelitian yang dilakukan dan saran.