BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi menjadikan ruang bisnis ikut berkembang, dilihat dari persaingan bisnis di negeri maupun di luar negeri, serta munculnya kompotitor-kompotitor yang unggul untuk mendirikan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai kompetitif yang efektif tentu akan bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Dengan adanya persaingan tersebut menyebabkan mengubah elemen bisnis. Elemen bisnis yang berubah membuat organisasi membutuhkan aset tambahan untuk membina organisasi dan bertahan dalam persaingan. Perusahaan dapat memperoleh fulus dari berbagai sumber yakni sumber uang dari pemilik organisasi, sumber fulus dari investor maupun sumber dana dari pihak ke tiga dalam bentuk utang, sehingga organisasi dapat melakukan latihan fungsional dengan tepat tanpa kekurangan dana.

Organisasi didirikan untuk tujuan tertentu yaitu, untuk mendapatkan manfaat yang paling ekstrim atau keuntungan maksimal. Profit yang besar mampu untuk memakmurkan investor organisasi dan juga dapat memperluas nilai organisasi. Meningkatkan harga diri organisasi ialah tujuan utama dari perusahaan. Dengan nilai perusahaan para investor dapat melihat harga saham. Peningkatan nilai perusahaan dapat memnggambarkan kesejahteran perusahaan, serta peningkatan nilai organisasi juga akan memperluas keberhasilan investor sehingga pemilik perusahaan akan bekerja keras dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang semakin sejahtera tentu saja akan ada masalah-masalah dari luar yang tidak terkendali dan menimbulkan dampak negatif. Sehingga perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility*untuk mengurangi dampak negatif tesebut. Tanggung jawab perusahaan ada tiga yaitu sudut sosial, ekologi dan moneter. Dengan CSR organisasi berusaha menjaga serta meningkatkan nilai perusahaan.

Paulina (2016) berpendapat bahwa CSR ialah strategi dan kegiatan organisasi terhadap isu-isu sosial dan alam untuk membuat kualitas sosial yang besar. CSR ialah kecemasan organisasi terhadap ekonomi, sosial, dan

iklim Mengingat tiga standar dasar yang menggabungkan manfaat, individu dan planet (3P). Organisasi sebagai substansi bisnis yang berorientasi pada keuntungan, bagaimanapun juga harus mencari keuntungan finansial untuk menjamin ketahanan organisasi agar organisasi dapat terus bekerja dan berkembang. Dalam menjamin daya tahan dan keseriusan organisasi, organisasi harus memiliki kepedulian terhadap bantuan pemerintah dari perwakilan dan individu (individu) yang ialah sumber daya penting dalam asosiasi dan bangsa. Sementara itu, planet ialah kekhawatiran terhadap iklim dan daya dukung keanekaragaman hayati yang dapat diakui sebagai program penghijauan iklim, dan penataan kantor air bersih (Nurbaiti dan Bambang 2017).

Laporan tahunan perusahaan harus mencantumkan *Corporate social responsibility* sesuai pada UU RI No. 40 Tahun 2007 mengenai kewajiban atau kepedulian sosial serta sekitar yang diwajibkan badan usaha yang bisnisnya terkait SDA. Dengan landasan hukum yang kokoh, penyingkapan CSR saat laporan tahunan organisasi yang awalnya penyingkapan yang disengaja yang ialah penyingkapan yang tidak diperlukan oleh pedoman menjadi wajib. CSR menjadi wajib sebab organisasi tidak hanya terletak pada pemodal (pendukung keuangan serta bank), serta komitmen kepada individu lain yang terlibat, yakni pembeli, pekerja, jaringan, pemerintah, penyedia atau pesaing. (Widati & Salsiyah, 2018). CSR dijadikan alat marketing oleh perusahaan. Dengan mewujudkan CSR figur organisasi akan terbentuk dengan baik dan menumbuhkan kepatuhan pada para pelanggan. Loyalitas konsumen yang semakin meningkat tentu akan meningkatkan penjualan perusahaan, tentunya harapan peningkatan laba akan tercapai. CSR memiliki peran penting dalam peningkatan nilai perusahaan melalui tingkat pejualan.

Latihan CSR bisa membawa banyak keuntungan, seperti mengerjakan gambar. Daya pikat perusahaan menurut perspektif klien, pendukung keuangan dan pakar moneter menunjukkan penempatan merek dan meningkatkan kesepakatan dan sepotong kue (Cheng, Megawati dan Christia One, 2011). CSR ialah investasi bisnis untuk memperkuat citra diferensiasi dan penguatan dari perusahaan lain Ini ialah keunggulan kompetitif dan

bertujuan untuk membantu memecahkan masalah sosial. Dengan begitu profitabilitas ialah salah satu faktor pengungkapan CSR pada organisasi. Semakin tinggi manfaatnya, semakin lugas organisasi tersebut melaksanakan tanggung jawab sosial. Dengan begitu nilai perusahan tentu akan ikut meningkat. Ini juga menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Banyak investasi yang masuk tentu banyak dana yang masuk ke perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk perkembangan perusahaan atau kemajuan perusahaan dalan persaingan kini.

Perusahaan makanan serta minuman di Indonesia berkembang pesat akhir ini. Market di Indonesia begitu besar sehingga industri makanan dan minuman memiliki kekuatan pendorong yang sangat kuat. Dengan cara ini, dengan administrasi yang semakin pro, peluang bisnis makanan dan minuman sangat menggembirakan. Sampai saat ini, industri makanan dan minuman mendominasi. Dilihat dari kemitraan yang berkembang yang muncul dari area F & B, kegembiraan memasak lama dan baru menciptakan produk baru. Artinya, industri kuliner masih menjadi yang terdepan dan terus mendapat respon positif dari penduduk. Namun, bisnis Mengingat tren sosial pada akhirnya akan memiliki beberapa konsekuensi. Pertama, perusahaan harus selalu dapat melakukan inovasi produknya. Kedua, perusahaan harus memainkan banyak instrumen untuk membuat pelanggan membeli.Ini ialah tren perkembangan industri jasa makanan Indonesia saat ini.

Dengan begitu nilai perusahaan pening dalam perkembangan perusahaan, karena nilai Perusahaan akan menjadi daya tarik bagi pembeli dan pendukung keuangan. Salah satunya dengan cara check out di stock cost masing-masing organisasi. Biaya saham hal yang mudah untuk menilai suatu perusahaan. Berikut ini perkembangan perusahaan makanana dan minuman yang tercatat BEI dilihat dari harga saham tahun 2018 – 2020 :

Tabel 1.1

Harga Saham

Tahun	**2018**	**2019**	**2020**
ADES	920	1.045	1.460
MLBI	16.000	15.500	9.700
ULTJ	1.350	1.680	1.600

BUDI	96	103	99
CAMP	346	374	302
CEKA	1.375	1.670	1.785
CLEO	284	505	500
DLTA	5.500	6.800	4.400
PCAR	5.350	1.100	555
HOKI	730	940	1.005
ICBP	10.450	11.150	9.575
INDF	7.450	7.925	6.850
MYOR	2.620	2.050	2.710
PSDN	192	153	130
ROTI	1.200	1.300	1.360
SKBM	695	414	324
SKLT	1.500	1.610	1.565
TBLA	865	995	935
BTEK	150	50	50

Dari tabel di atas, sangat baik dapat dimaknai yakni:

1. Harga saham organisasi F&B mengalami fluktuasi, maka dengan begitu nilai perusahaan juga mengalami fluktuasi.
2. Beberapa perusahaan mengalami penurunan harga saham setelah pandemi Covid 19 melanda dunia.
3. Tidak semua perusahaan mengalami penurunan dalam biaya persediaan, ada perusahaan yang mengalami kenaikan yang signifikan setelah pandemi Covid 19 melanda dunia.

Objek pengujiannya perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI. Eksplorasi masa lalu menunjukkan bahwa CSR secara fundamental mempengaruhi nilai organisasi ini didukung oleh penelitin Hosana dan Juniarti (2016), Fitri dan Herwiyanti (2015) serta Agustine (2014). Namun, menurut Stacia dan Juniarti (2015) Hasil eksplorasi yang diperoleh CSR mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan ketidaksamaan pengujian tersebut dengan begitu pengujian yang diusung berjudul **PERAN *PROFITABILITAS* DALAM MEMEDIASI PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2018-2020.**

1.2.Rumusan Masalah

1.2.1. Apakah CSR mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI ?

1.2.2. Apakah *profitabilitas* dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI ?

1.3.Tujuan Pengujian

Tujuan dari pengujian ini yaitu untuk mengetahui :

1.3.1 Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI.

1.3.2 Peran *profitabilitas* memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI.

1.4.Manfaat Pengujian

1.4.1. Bagi perusahaan

Meneruskan pertimbangan pada organisasi mengenai pentingnya kewajiban sosial dan sebagai pertimbangan saat mengambil kebijakan perusahaan untuk melaksanakan pertanggungjawaban sosial bagi penduduk.

1.4.2. Bagi investor

Memberikan informasi pentingnya CSR dalam mempertimbangkan aspek-aspek pengambil keputusan investasi.

1.4.3. Bagi penduduk

Sebagai pengontrol dalam kegiatan perusahaan dan kesadaran masayarakat akan hak yang diberikan oleh perusahaan.