

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur mendorong perusahaan-perusahaan tersebut untuk lebih meningkatkan kinerja perusahaan masing-masing. Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, dan merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki (Muslih, M. 2022). Salah satu cara untuk menilai kinerja sebuah perusahaan adalah dengan melihat dari nilai perusahaannya. Tujuan utama perusahaan meningkatkan kinerjanya adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan bagi pemegang saham dan terpenuhinya kesejahteraan para pemegang saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan saat ini serta dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang, sehingga nilai perusahaan dianggap mampu mempengaruhi penilaian para investor terhadap perusahaan (Yanti & Darmayanti, 2019).

Nilai perusahaan akan tercermin dari harga saham yang terlihat di pasar modal. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin baik nilai perusahaan tersebut. Ini akan mengundang para investor untuk melakukan investasi dalam perusahaan tersebut. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*)

dan manajemen aset (Yanti & Darmayanti, 2019).

Nilai perusahaan sangat penting sebagai objek utama bagi perusahaan untuk terus meningkatkan nilai perusahaan sebagai kelangsungan hidup perusahaan selanjutnya (*going concern*). Nilai pasar sanggup memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham dengan maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat (Rivandi, 2018). Keadaan suatu perusahaan telah tercapai dapat digambarkan dari pendapat pemodal atas kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan, berlakunya fungsi manajemen diterapkan semenjak perusahaan itu berdiri sampai dengan sekarang disebut dengan nilai perusahaan. Hasil kinerja suatu perusahaan dilihat dari adanya nilai kinerja perusahaan yang tinggi. Jika nilai perusahaan meningkat, maka kesejahteraan yang didapat pemilik perusahaan semakin besar. Oleh sebab itu, tujuan perusahaan dalam jangka panjang dapat terlaksana (Ayu & Suarjaya, 2018). Dalam mengukur nilai perusahaan ada beberapa cara yaitu dengan menggunakan *Price earning ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV) dan Rasio Tobin's Q. *Price earning ratio* (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela digunakan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston 2006 dalam Riadi (2017)). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham (Arpan & Carolina Odjan, 2020). Sedangkan *Price to Book Value* (PBV) adalah rasio perbandingan harga saham dan nilai buku ekuitas perusahaan, yang mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Arpan & Carolina Odjan, 2020). Sehingga dalam penelitian ini memilih menggunakan rasio Tobin's Q dipandang dapat memberikan informasi terbaik seperti adanya *cross-sectional* yang dipergunakan dalam mengambil keputusan investasi dan adanya korelasi antara kepemilikan saham dengan nilai perusahaan sehingga apabila menggunakan

Tobin's Q maka fenomena kegiatan dapat dijelaskan (Rachmasari & Kaluge, 2019).

Tobin's dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dapat memberikan pengaruhnya terhadap Tobin's Q seperti keputusan keuangan yang diambil oleh perusahaan, kinerja pada suatu perusahaan, biaya yang digunakan sebagai modal, dan lain sebagainya. Sedangkan faktor eksternal seperti adanya suku bunga, kondisi pada pasar modal, dan fluktuasi terhadap nilai tukar uang asing (Fairuz *et al.*, 2023). Semakin besar nilai rasio Tobin's Q memperlihatkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan juga memiliki *intangibile asset* (aktiva tidak berwujud) yang semakin besar. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan, maka semakin besar juga kerelaan dari investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk dapat memiliki perusahaan tersebut (Taner, 2020).

Dalam hal ini isu lingkungan memiliki keterkaitan dengan nilai perusahaan. Pengelolaan ramah lingkungan yang mengarah pada perbaikan kinerja lingkungan dapat menjadi salah satu solusi mengatasi konflik agensi. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang kuat dapat mengurangi biaya operasional, memperbaiki akses terhadap sumber daya dan mengurangi tingginya pergantian karyawan. Dengan demikian meningkatnya kinerja lingkungan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Muhammad, 2019).

Terdapat banyak isu lingkungan yang menjadi perhatian utama banyak pihak salah satunya yaitu terkait dengan penanganan sampah, sehingga kita dituntut untuk menjaga lingkungan. Berdasarkan berita dari laman Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Semarang bahwa sampah makanan merupakan makanan yang terbuang dan tidak termakan serta tidak dapat diolah proses limbah karena telah mengandung zat-zat tak baik untuk lingkungan. Sampah terjadi pada setiap mata rantai

dari produksi sampai konsumsi (Humas FE, 2023). Terdapat 2 kategori sampah makanan yaitu pertama sisa makanan karena penyajian yang berlimpah akibat adanya suatu kesalahan dalam perencanaan dan manajemen yang masih layak untuk dikonsumsi/ *food waste* (Humas FE, 2023). Kedua yaitu sampah yang tergolong sampah yang berbahaya bagi lingkungan karena di dalam sampah tersebut mengandung zat kimia yang tidak dapat didaur ulang sehingga saat sampah tersebut membusuk maka akan melepaskan emisi gas rumah kaca yang akan berdampak terhadap lingkungan yang jumlahnya dapat mencapai puluhan ton (Humas FE, 2023). Menurut data dari *World Resources Institute* (WRI), emisi gas rumah kaca dari sampah makanan menyumbang 8% dari emisi global. Jika diibaratkan sebagai negara, limbah sampah makanan menjadi penghasil gas rumah kaca terbesar ketiga tepat dibelakang Tiongkok dan AS. Sebagian besar emisi gas yang dihasilkan adalah gas metana, yang memiliki potensi 25 kali lebih tinggi dibanding karbondioksida dalam meningkatkan pemanasan global (HumasFE, 2023). Indonesia pada tahun 2019 merupakan negara dengan penghasil sampah makanan terbesar nomor 2 di dunia setelah Saudi Arabia (HumasFE, 2023). Pada tahun 2020, Indonesia sudah memasuki sinyal darurat sampah makanan. Bahkan pada tahun 2021, Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional mencatat sampah sisa makanan Indonesia mencapai 46,35 juta ton dalam skala nasional. Jumlah ini menduduki komposisi terbesar dari total sampah yang dihasilkan bahkan melebihi sampah plastik yaitu 26,27 ton (HumasFE, 2023).

Berdasarkan berita online pikiran rakyat Tasikmalaya.com bahwa isu lingkungan paling besar pada tahun 2022 salah satunya yaitu isu lingkungan yang disebabkan oleh sampah makanan yang juga berperan dalam membawa dampak rumah kaca, serta ditemukan di berbagai negara, baik negara berkembang maupun negara maju (Saputri, 2022).

Berdasarkan permasalahan sampah makanan yang memiliki dampak lingkungan yang besar yaitu emisi gas rumah kaca dari sampah makanan menyumbang 8% dari emisi global (HumasFE, 2023). Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil isu lingkungan yang terjadi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI karena terdapat permasalahan yang ditemukan yaitu adanya penurunan nilai perusahaan berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Tobins'q. Adapun data penurunan nilai perusahaan yang terjadi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019 sampai dengan 2022 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1

No	Kode	Nama Perusahaan	Tahun	Nilai Tobins'q
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	2019	0.29
			2020	0.39
			2021	0.74
			2022	0.93
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk	2019	0.65
			2020	1.27
			2021	1.22
			2022	0.76
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	2019	2.19
			2020	1.75
			2021	1.59
			2022	1.79
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT (Cahaya Kalbar Tbk	2019	0.19
			2020	0.2
			2021	0.18
			2022	0.1
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	2019	5.63
			2020	4.89
			2021	4.44

			2022	4.23
6	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	2019	0.56
			2020	0.58
			2021	0.84
			2022	1.07
7	DLTA	Delta Djakarta Tbk	2019	3.81
			2020	2.87
			2021	2.28
			2022	2.34
8	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk	2019	0.41
			2020	1.53
			2021	1.36
			2022	1.12
9	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk	2019	0.52
			2020	1.1
			2021	1.4
			2022	1.29
10	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	2019	2.65
			2020	1.98
			2021	3.41
			2022	3.18
11	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	2019	2.87
			2020	2.94
			2021	2.59
			2022	2.94
12	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	2019	3.67
			2020	1.59
			2021	1.39
			2022	1.51
13	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk	2019	0.64
			2020	0.92
			2021	58.7

			2022	0.81
14	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	2019	1.15
			2020	0.88
			2021	0.82
			2022	0.8
15	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk	2019	0.34
			2020	0.34
			2021	0.23
			2022	0.18
16	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	2019	11.7
			2020	11.2
			2021	5.9
			2022	5.71
17	MYOR	Mayora Indah Tbk	2019	2.88
			2020	3.49
			2021	2.71
			2022	2.93
18	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk	2019	10.6
			2020	6.3
			2021	0.43
			2022	0.4
19	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk	2019	1.05
			2020	1.07
			2021	1.23
			2022	1.11
20	PSGO	Palma Serasih Tbk	2019	1.79
			2020	1.3
			2021	1.7
			2022	1.25
21	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk	2019	2.05
			2020	2.16
			2021	2.32

			2022	2.32
22	SKBM	Sekar Bumi Tbk	2019	0.81
			2020	0.77
			2021	0.81
			2022	0.47
23	SKLT	Sekar Laut Tbk	2019	1.92
			2020	1.87
			2021	2.27
			2022	1.73
24	STTP	Siantar Top Tbk	2019	2.3
			2020	3.83
			2021	2.68
			2022	2.32
25	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT	2019	2.93
			2020	2.11
			2021	2.44
			2022	2.31

Sumber: website masing-masing perusahaan

Berdasarkan hasil analisis nilai perusahaan menggunakan *tobins'q* bahwa dari 25 perusahaan makanan dan minuman dapat dilihat terjadi penurunan nilai dari tahun 2019 sampai tahun 2022 pada setiap perusahaan dengan menggunakan data *annual report* masing-masing perusahaan, sehingga hal ini menjadi suatu alasan yang mendasari untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan hal yang mempengaruhi kinerja dari perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Masalah penurunan nilai perusahaan yang dapat terjadi karena menurunnya kepercayaan *stakeholders* akan pengelolaan lingkungan dalam perusahaan yang tidak optimal (Pasanea, 2023). Selain itu adapun faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan (Dewi & Abundanti, 2019). Alat ukur untuk menentukan besar kecilnya aset perusahaan adalah ukuran perusahaan. Apabila perusahaan memiliki jumlah

aset yang cukup besar, maka dengan begitu akan membuat pihak manajemen semakin mudah dalam penggunaan aset untuk membantu proses peningkatan nilai perusahaan (Dewi & Abundanti, 2019). Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kekayaan perusahaan yang digunakan untuk memakmurkan pemegang saham yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Apriliyanti, 2018). Ukuran perusahaan merupakan suatu hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang menentukan seberapa besar atau kecil sebuah perusahaan, yang dapat dilihat dari nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Gunawan & Sjarief, 2022). Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain total nilai aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya (Mochtar *et al.*, 2022).

Teori sinyal memiliki keterkaitan pada variabel ukuran perusahaan. Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Teori sinyal menjelaskan tentang persepsi manajemen terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan, dimana akan mempengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan. Sinyal tersebut berupa informasi yang menjelaskan tentang upaya manajemen dalam mewujudkan keinginan pemilik. Informasi tersebut dianggap sebagai indikator penting bagi investor dan pelaku bisnis dalam mengambil keputusan investasi. Informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan dan diterima oleh investor, akan diinterpretasikan dan dianalisis terlebih dahulu apakah informasi tersebut dianggap sebagai sinyal positif (berita baik) atau sinyal negatif (berita buruk). Jika informasi tersebut bernilai positif berarti investor akan merespon secara positif dan mampu membedakan antara perusahaan yang berkualitas dengan yang tidak, sehingga

harga saham akan semakin tinggi dan nilai perusahaan meningkat. Namun, jika investor memberikan sinyal negatif menandakan bahwa keinginan investor untuk berinvestasi semakin menurun dimana akan mempengaruhi penurunan nilai perusahaan (Firdhaus, 2022).

Perusahaan besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga akan memberikan sinyal baik kepada pihak luar seperti para investor yang memberikan respon positif pada perusahaan tersebut, (Muharramah et al., 2021). Menurut Harahap (2002:307) penilaian ukuran perusahaan menggunakan total aset. Total aset dipilih karena berdasarkan definisi dari aset yakni sumber daya yang dimiliki perusahaan yang diharapkan diperoleh manfaatnya pada masa mendatang. Hal ini mengartikan bahwa semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, masa manfaat kedepan semakin besar dan diprediksi mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan. Perusahaan dengan kategori besar akan cenderung memiliki basis kepentingan yang lebih luas, artinya *reporting responsibility* yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil sehingga lebih banyak muncul di berbagai media. Hal ini tentunya memudahkan para *stakeholder* termasuk didalamnya ada *shareholder* (investor) untuk mengakses segala bentuk informasi sehingga dapat muncul sinyal yang diwujudkan dalam pengambilan keputusan.

Sehingga perusahaan berukuran besar mudah mendapatkan dana dari pihak internal dan atau eksternal. Dengan begitu perusahaan memiliki banyak sumber dana untuk kegiatan operasionalnya sehingga berpeluang menghasilkan keuntungan yang besar. Maka dari itu, harga saham akan naik dan diiringi dengan kenaikan nilai perusahaan (Chasanah, 2019).

Hal ini didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari & Wahidahwati (2021), Agustiningasih & Septiani (2022) bahwa ukuran perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Pradita &

Prihastiwi (2022) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu semakin besar ukuran perusahaan dibutuhkan adanya *good corporate governance* yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan yang lebih baik yang didapatkan dari *good corporate governance* dalam hal ini yaitu ukuran dewan komisaris dan dewan direksi. Sehingga *good corporate governance* akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian bahwa *good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap ukuran perusahaan (Sihwahjoeni, 2015).

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung mempunyai masalah keagenan yang lebih kompleks sehingga diperlukan mekanisme penerapan *good corporate governance* yang lebih ketat (Sihwahjoeni, 2015). Sedangkan perusahaan dengan skala yang lebih kecil cenderung memiliki kesempatan tumbuh yang lebih baik sehingga diperlukan kebutuhan dana eksternal yang lebih banyak (Sihwahjoeni, 2015). Kebutuhan dana eksternal yang lebih banyak hanya dapat dicapai apabila perusahaan dengan skala yang lebih kecil memiliki mekanisme penerapan *good corporate governance* yang baik. Selain itu perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung menjadi perhatian publik daripada perusahaan dengan skala kecil. Hal ini mendorong perusahaan dengan skala yang lebih besar untuk menerapkan kualitas *good corporate governance* yang lebih baik (Sihwahjoeni, 2015).

Adanya *good corporate governance* dapat meningkatkan kinerja keuangan dan *company value*, hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan dalam *theory agency* (teori keagenan) yang menyatakan bahwa dengan tidak adanya konflik keagenan dalam perusahaan antara agen dan prinsipal, akan mempermudah perusahaan dalam menerapkan *good corporate governance*. Teori Agensi adalah kontak atau hubungan antara prinsipal dan agen. Keagenan merupakan hubungan sebuah kontrak yang terdiri dari satu orang atau lebih (prinsipal) memerintah agen dengan tujuan untuk melaksanakan suatu jasa atas

nama prinsipal yang diberikan wewenang dalam membuat keputusan (Jensen & Meckling, 1976). Namun hubungan keagenan tersebut berpotensi menimbulkan konflik kepentingan antara kedua belah pihak yakni pemilik saham (sebagai prinsipal) dan manajemen (sebagai agen). Konflik kepentingan ini bisa terjadi karena perbedaan tujuan dan kepentingan masing- masing pihak terhadap perusahaan. Di satu sisi pihak prinsipal sangat berharap agar pihak agen mengelola perusahaan dengan baik, sehingga perusahaan bisa memperoleh keuntungan yang tinggi dan dividen yang akan diterima oleh pemilik saham akan lebih besar. Tetapi di sisi lain manajer sebagai pihak agen yang bertugas untuk mengelola perusahaan seringkali bertindak tidak sesuai dengan keinginan prinsipal, bahkan manajer melakukan hal-hal yang bersifat menyimpang, maka dari itu perlu adanya bentuk pengawasan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengawasi tindakan manajer agar berbuat sesuai dengan harapan pemilik perusahaan. Berdasarkan teori keagenan, mekanisme *good corporate governance* ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengurangi masalah keagenan yang terjadi antara investor sebagai prinsipal dengan manajer sebagai agen (Jensen & Meckling, 1976). Tujuan dari *good corporate governance* tentunya agar terlaksana semua target perusahaan yang telah ditetapkan, semua kegiatan perusahaan tetap mendapatkan perlindungan dan dijalankan oleh semua pihak terkait secara terbuka, dan perusahaan berjalan dengan sehat (Sarafina & Saifi, 2017). Penerapan sistem *good corporate governance* adalah berhubungan dengan transparansi, independensi, akuntabilitas, tanggungjawab dan keadilan. Pelaksanaan sistem ini tentunya memberikan manfaat dan membawa perubahan pada perusahaan, pemodal, pemerintah dan pihak berkepentingan lainnya. *Good corporate governance* juga merupakan nilai tambahan tersendiri untuk perusahaan dalam memberikan performa perusahaan dalam mengatasi persaingan baik dalam dunia usaha. Implementasi *Good corporate governance* dalam upaya menaikkan *value added*, pengguna (Nuriksani & Sari,

2022). Hal ini didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Soniami, *et al.*, (2021) dan Fana dan Prena, (2021) menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Semakin bagus *good corporate governance* maka akan mendukung perusahaan menjadi perusahaan yang semakin besar dan maju. *Good corporate governance* adalah seperangkat peraturan dan sistem yang mengatur hubungan beragam pihak maupun kelompok pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu prinsip yang mendasari pengimplementasian *good corporate governance* ialah transparansi. Pengimplementasian *good corporate governance* akan membuat perusahaan lebih transparan dan membuat sebuah perusahaan untuk mengungkap lebih banyak informasi, termasuk pengungkapan *sustainability report*. Keberadaan informasi yang diungkapkan melalui *sustainability report* merupakan dampak pengimplementasian dari konsep dan mekanisme *good corporate governance* (Frishca *et al.*, 2022).

Sustainability reporting atau laporan keberlanjutan merupakan bentuk laporan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam rangka untuk mengungkapkan (*disclose*) atau mengomunikasikan kepada seluruh pemangku kepentingan mengenai kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik secara akuntabel (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Dengan mempublikasikan *sustainability report* (pengungkapan sosial dan lingkungan) maka perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Sehingga hal ini sesuai dengan teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat/lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai sesuatu yang “sah”. Sehingga perusahaan yang melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yang sesuai dengan harapan masyarakat akan dipandang memiliki nilai

kepedulian yang tinggi yang kemudian keberadaan dan aktivitasnya akan mendapatkan status dari masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan beroperasi.

Sustainability atau keberlanjutan terletak pada keseimbangan antara *profit*, *people*, dan *planet* yang dikenal dengan konsep *triple bottom line*. Dalam hal ini, perusahaan dituntut tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*) semata tetapi juga harus memperhatikan sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) dimana perusahaan beroperasi. Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada *support* yang diberikan oleh para *stakeholders*, sehingga pengungkapan *sustainability report* diharapkan dapat menjadi strategi dalam menjaga hubungan dengan *stakeholders* (Astuti & Juwenah, 2017). Pandangan ini sejalan dengan apa yang dijelaskan pada *teori stakeholder* bahwa kinerja perusahaan terlihat pada transparansi informasi yang dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan (Novia & Jasman, 2022). *Stakeholder theory* dikemukakan pada tahun 1984 oleh R. Edward Freeman. Menurut Ghazali & Chariri (2007), *stakeholder theory* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi juga memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab (Maria, 2014). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya, terutama dengan mengakomodasikan keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, *stakeholder* mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan dan lain-lain (Imam, 2007). Dalam menyusun kebijakan, perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan kesejahteraan *shareholder*, tetapi juga memenuhi kepentingan *stakeholder* lainnya yang menerima dampak dari eksistensi perusahaan (Werastuti, 2022).

Selain itu laporan keberlanjutan (*sustainability report*) juga terkait dengan teori legitimasi. Menurut teori ini suatu perusahaan beroperasi dengan ijin dari masyarakat,

dimana ijin ini dapat ditarik jika masyarakat menilai bahwa perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepadanya. Menurut Pramita et al. (2021) perusahaan perlu mendapatkan legitimasi (penerimaan dari masyarakat) dalam menjalankan usahanya untuk memperoleh sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan aktivitasnya. Apabila perusahaan melakukan pengungkapan *sustainability report*, maka perusahaan dapat dikatakan terlegitimasi dimana keberadaan dan aktivitas operasinya akan mendapat pengakuan di lingkungan dimana perusahaan beroperasi.

Dengan mengungkapkan *sustainability report*, dapat membangun minat investor untuk membeli saham perusahaan yang dinilai memiliki prospek baik di masa depan. Meningkatnya permintaan jumlah saham perusahaan akan menyebabkan harga saham perusahaan meningkat. Dengan meningkatnya harga saham perusahaan diharapkan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Istighfarin & Widyawati, 2019). Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Istighfarin & Widyawati (2019), Puspita & Jasman (2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan *sustainability report* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Mengingat ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*, maka pengungkapan *sustainability report* digunakan sebagai variabel mediasi.

Sustainability report dapat mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi perusahaan terhadap investor dan *stakeholder* lainnya (Novita dan Djakman: 2008). Selain memuat informasi kinerja keuangan *sustainability report* juga memuat informasi non keuangan, terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang lebih menekankan pada prinsip dan standar pengungkapan. Sehingga mampu mencerminkan tingkat aktivitas perusahaan secara menyeluruh dan memungkinkan perusahaan dapat tumbuh berkesinambungan (*sustainable performance*).

Melihat hasil penelitian-penelitian terdahulu yang masih belum konsisten, maka

penelitian ini akan melakukan pengujian kembali tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan laporan keberlanjutan dan *good corporate governance* sebagai variabel mediasi.

Dalam penelitian ini menggunakan perusahaan yang bergerak di bidang perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Adanya permasalahan untuk penanganan limbah kemasan menjadi isu besar dalam industri makanan dan minuman, baik di Indonesia maupun dunia. Industri makanan dan minuman terdaftar sebagai salah satu dari lima bisnis teratas yang menghasilkan limbah kemasan terbanyak, menurut laporan audit merek oleh organisasi nirlaba *Get Rid of Plastic*. Keberlanjutan industri makanan dan minuman masih menghadapi beberapa tantangan. Pertama-tama, mengenai sertifikasi berkelanjutan, dimana seluruh industri katering belum tersertifikasi. Kedua, tidak ada kebijakan pemerintah yang memberikan insentif bagi perusahaan untuk menerapkan praktik berkelanjutan. Modal awal untuk memasang fasilitas hijau tidaklah murah. Jika perusahaan mengenakan biaya, perusahaan akan menaikkan harga produk sehingga konsumen bisa dirugikan. (Nurhayati, 2023).

Penelitian ini dimotivasi oleh beberapa hal, yaitu: Pertama, perusahaan diharapkan untuk tidak hanya mementingkan kepentingan pemilik modal dan manajemen, tetapi perusahaan juga memikirkan bagaimana dampak terhadap karyawan, konsumen, masyarakat dan juga lingkungan alam. *Sustainability report* akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan *sustainability report* sebagai strategi perusahaan, akan memberikan informasi kinerja keuangan, lingkungan, dan sosial kepada para pemangku kepentingan. Sehingga perlu diteliti lebih jauh mengenai pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Kedua, dalam penelitian ini membahas mengenai bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi oleh pengungkapan *sustainability report* dan *good*

corporate governance. Ketiga, penelitian ini dibuat karena adanya motivasi dari beberapa perbedaan hasil penelitian terdahulu yaitu adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga menggunakan sampel yang diambil pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan studi kasus pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia sebagai indikator dalam penelitian ini pada perusahaan makanan dan minuman karena perusahaan makanan dan minuman di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya permintaan produk-produk baru atau inovasi makanan dan minuman yang menimbulkan peningkatan jumlah perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari waktu ke waktu, selain itu adanya kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan di bidang makanan dan minuman yang terdaftar di BEI menarik untuk diteliti terlebih perusahaan tersebut sudah melakukan publikasi laporan *sustainability report* tentang dampak lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan. Pada penelitian ini keterbaruannya adalah *good corporate governance two tier* masih jarang untuk diteliti sehingga bisa menjadi suatu kebaruan/novelty dan menarik untuk diteliti lebih mendalam, mengembangkan model penelitian sebelumnya dengan menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan laporan keberlanjutan dan *good corporate governance* sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Laporan Keberlanjutan Dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Mediasi”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya penurunan nilai perusahaan yang terjadi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019 sampai dengan 2022.
2. Melihat hasil penelitian-penelitian terdahulu yang masih belum konsisten, maka penelitian ini akan melakukan pengujian kembali tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan laporan keberlanjutan dan *good corporate governance* sebagai variabel mediasi.
3. Adanya permasalahan untuk penanganan limbah kemasan menjadi isu besar dalam industri makanan dan minuman, baik di Indonesia maupun dunia.

1.3 Pembatasan Masalah

Merujuk pada permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang, maka pembatasan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini terfokus pada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan laporan keberlanjutan dan *good corporate governance* sebagai variabel mediasi. Laporan keberlanjutan dan *good corporate governance* sebagai variabel intervening.

1.4 Rumusan Masalah

Semakin besar ukuran perusahaan maka memerlukan adanya *good corporate governance* untuk dapat mengatasi berbagai konflik keagenan di dalam perusahaan antaraagen dan prinsipal, maka akan mempermudah perusahaan dalam menerapkan tata kelola perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fana & Prena,

(2021) bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga hal ini membuktikan bahwa *good corporate governance* mengalami peningkatan akan mempengaruhi nilai perusahaan meningkat, sebaliknya jika *good corporate governance* mengalami penurunan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi *good corporate governance* maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Selain itu semakin besar suatu ukuran perusahaan maka perusahaan harus mengungkapkan laporan keberlanjutan yang lebih mendalam. Melihat masih banyak kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan perusahaan besar dalam bidang makanan dan minuman yang sudah terdaftar di BEI. Sehingga perlu dilakukan adanya kajian lebih lanjut terkait laporan keberlanjutan, *good corporate governance*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, pertanyaan penelitian yang merupakan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *good corporate governance*?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap laporan keberlanjutan?
4. Apakah *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah laporan keberlanjutan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah *good corporate governance* memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah laporan keberlanjutan memediasi pengaruh ukuran perusahaan

terhadap nilai perusahaan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memperluas pemahaman mengenai laporan keberlanjutan, *good corporate governance*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Tujuan khusus penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara positif.
2. Untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap *good corporate governance* secara positif.
3. Untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap laporan keberlanjutan secara positif.
4. Untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan secara positif.
5. Untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh laporan keberlanjutan terhadap nilai perusahaan secara positif.
6. Untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh *good corporate governance* memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
7. Untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh laporan keberlanjutan memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, manfaat yang dapat diberikan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang bukti empiris dan mendukung teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *stakeholder*, teori keagenan dan teori legitimasi. Penelitian ini juga diharapkan menambah wawasan dan informasi mengenai laporan keberlanjutan, *good corporate governance*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan mengenai penerapan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan laporan keberlanjutan dan *good corporate governance* sebagai variabel mediasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi para investor atau calon investor mengenai nilai dari suatu perusahaan yang dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi.

1.7 Penjelasan Istilah

Penjelasan-penjelasan yang diuraikan pada tesis ini terdapat beberapa istilah atau singkatan yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. GRI : *Global Reporting Initiative*
2. GAAP : *Generally Accepted Accounting Principle*
3. GCG : *Good Corporate Governance*
4. OECD : *Organizational For Economic Cooperation and Development*
5. RUPS : Rapat Umum Pemegang Saham

1.8 Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian atau anggapan dasar dalam penelitian ini merupakan suatu gambaran sangkaan, perkiraan, satu pendapat atau kesimpulan sementara, atau suatu teori sementara

yang belum dibuktikan. Arikunto (2013: 107) mengungkapkan bahwa anggapan dasar atau asumsi adalah suatu hal yang diyakini kebenarannya oleh peneliti harus dirumuskan secara jelas. Berdasarkan dari pengertian asumsi di atas, maka asumsi yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Laporan keberlanjutan dan *good corporate governance* mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.9 Rencana Publikasi

Penelitian ini akan dipublikasikan dalam jurnal ilmiah akuntansi terakreditasi nasional yang terindeks oleh SINTA 4 (*Science and Technology Index*).

