

BAB I

PENDAHULUAN

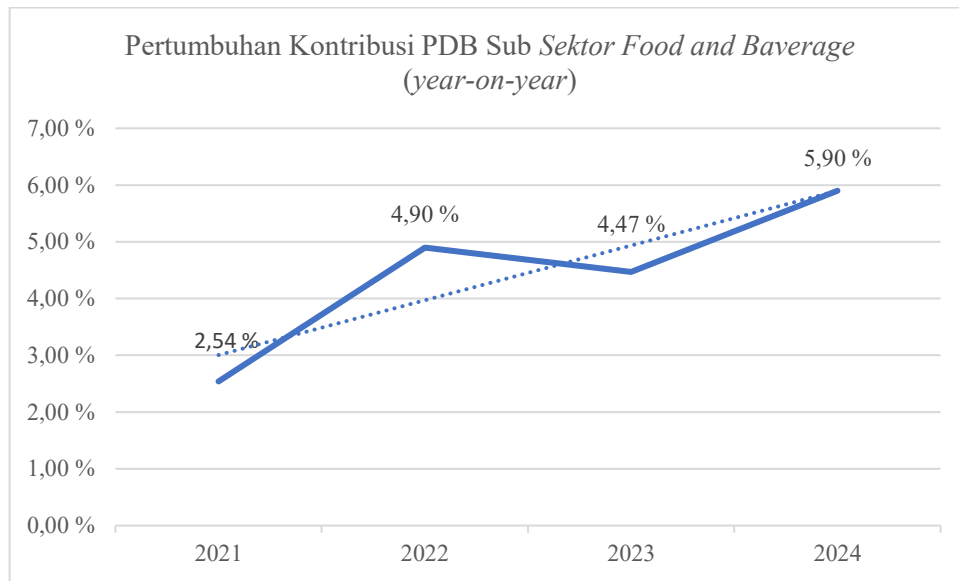
1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangan bisnis modern, perusahaan saat ini lebih berfokus pada aspek keberlanjutan untuk meningkatkan nilai perusahaan. permasalahan seperti perubahan iklim, ketimpangan sosial, dan tata kelola perusahaan yang lemah menjadi masalah global yang membutuhkan tindakan bersama dari seluruh *stakeholder*. Sejalan dengan kondisi tersebut, konsep *Environmental, Social and Governance* (ESG) muncul sebagai konsep baru yang menuntut perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan dalam tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya guna meningkatkan nilai perusahaan yang berkelanjutan

Pentingnya penerapan ESG dalam upaya menambah nilai perusahaan terlihat dalam penelitian yang dilakukan oleh Chalmers et al. (2024) statistik ESG menunjukkan bahwa sebanyak 70% investor global mempertimbangkan faktor ESG dalam menentukan keputusan investasinya,. Temuan lain dari McKinsey (2023) melaporkan bahwa konsumen di seluruh dunia semakin peduli terhadap *sustainability*, di mana 67% dari mereka bersedia membayar lebih untuk produk yang ramah lingkungan, ini mencerminkan perilaku konsumen mendukung praktik ESG yang kuat, membuat perusahaan perlu mengintegrasikan praktik ESG dalam operasional mereka guna meningkatkan nilai jangka panjang untuk menarik konsumen dan investor.

Perubahan pola konsumsi tersebut turut mempengaruhi pelaku industri di Indonesia. Di Indonesia, menurut Sekretariat Kabinet Republik Indonesia (2023) ekonomi Indonesia mengalami pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 5,17% pada kuartal kedua 2023 namun kontribusi sektor manufaktur terhadap PDB di Indonesia menurun dari 27,8% pada 2008 menjadi 18,3% pada tahun 2022. Fenomena deindustrialisasi ini dipengaruhi faktor biaya produksi tinggi, kesulitan akses bahan baku, dan isu *green industrialization* terkait penggunaan energi yang efisien. Kondisi tersebut memberikan tekanan terhadap kinerja perusahaan sektor manufaktur yang pada akhirnya berpotensi mempengaruhi persepsi investor dan pembentukan nilai perusahaan di pasar.

Namun berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia (2025) perusahaan subsektor *Food and Beverage* mengalami laju pertumbuhan *Year-on-Year* (YoY) yang meningkat setiap tahunnya pada periode 2021-2024, dimana pada tahun 2021 mengalami laju pertumbuhan sebesar 2,54%, kemudian di tahun 2022 mengalami peningkatan menjadi 4,90%, di tahun 2023 mengalami sedikit penurunan menjadi 4,47% dan hingga 2024 mengalami pertumbuhan hingga ke angka 5,90%. Pertumbuhan tersebut menandakan bahwa perusahaan sub sektor *Food and Beverage* tetap menjadi salah satu penggerak utama industri manufaktur nasional, bahkan di tengah tekanan ekonomi global dan setelah pandemi COVID-19. Kenaikan kontribusi ini juga mencerminkan tingginya permintaan produk makanan dan minuman domestik serta meningkatnya investasi di sektor ini.



Sumber: Badan Pusat Statistik 2025 (diolah)

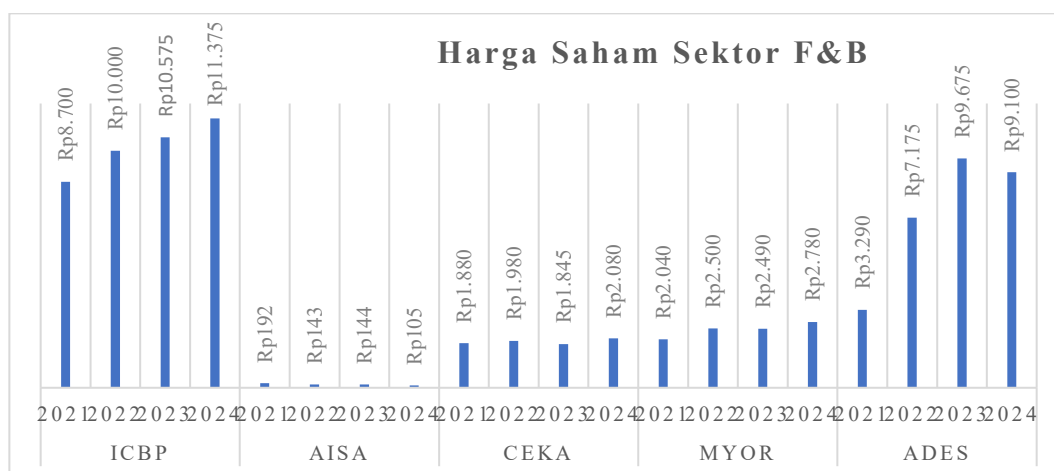
Gambar 1. 1
Laju pertumbuhan kontribusi PDB sub sektor *Food and Beverage* tahun 2021-2024

Ditengah pertumbuhan tersebut, perusahaan juga menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin memprioritaskan keberlanjutan. Menurut PwC dalam artikel Tren dan arah *Sustainability Report* Indonesia (2025) menekankan bahwa masa depan keberlanjutan memerlukan transformasi industri, termasuk adopsi ESG untuk mendukung industrialisasi. Menurut survei PwC (2025) menunjukkan perubahan pasar dengan dominasi peningkatan produk lokal yang mengusung prinsip ESG dan 80% konsumen Indonesia bersedia membayar lebih untuk produk yang berkomitmen terhadap isu sosial dan lingkungan. Data ini mempertegas bahwa penerapan ESG bukan sekedar tren, melainkan kebutuhan strategis untuk tetap kompetitif di pasar dan menjadi nilai tambah bagi perusahaan.

Menurut data survey yang dilakukan CRMS (2022) menunjukkan bahwa sekitar 47,4% perusahaan di Indonesia telah mencapai tingkat kematangan dalam penerapan ESG, sementara 21,2% lainnya sudah sangat matang dalam penerapan ESG untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun demikian, meskipun perusahaan di Indonesia telah memperhatikan isu keberlanjutan melalui prinsip *ESG* tidak semua menunjukkan peningkatan nilai perusahaan yang signifikan, khususnya di perusahaan subsektor *Food and Beverage*. Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) beberapa perusahaan *Food and Beverage* mengalami fluktuasi harga saham yang sangat tajam.

Nilai perusahaan menurut Sudarmanto et al. (2021) merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan dan nilai perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Tujuan utama dari perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kepuasan para pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi keberlangsungan bisnis sebab hal ini akan menjadi persepsi bagi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi juga. Tingginya nilai saham dapat meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Nilai perusahaan tercermin dalam nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan dan nilai pasar utang. Peluang investasi di masa mendatang juga akan mendorong kenaikan nilai perusahaan (Sudarmanto et al., 2021). Nilai perusahaan juga diartikan sebagai kondisi tertentu yang dicapai oleh perusahaan sebagai proyeksi dari kepercayaan masyarakat dan investor terhadap kinerja dan produk perusahaan. Semakin baik nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang positif yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Ilham & Efendi, 2024). Karena itu, perusahaan berupaya meningkatkan nilai perusahaan melalui berbagai strategi, termasuk penerapan praktik keberlanjutan seperti *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance*.



Sumber: Badan Pusat Statistik 2025 (diolah)

Gambar 1. 2
Harga saham perusahaan sub sektor *Food and Beverage* periode 2021-2024

Berdasarkan gambar diatas, terlihat adanya fluktuasi harga saham yang cukup signifikan pada periode 2021-2024. Perusahaan ICBP (Indofood CBP Sukses Makmur Tbk), MYOR (Mayora Indah Tbk), ADES (PT Akasha Wira

International Tbk) dan CEKA (PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk) mengalami pergerakan harga saham yang relatif stabil bahkan cenderung naik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasmin & Mulyani (2025) dimana *Green Accounting* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami et al. (2025) dimana *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan untuk AISA (PT FKS Food Sejahtera Tbk) mengalami penurunan harga saham ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoppi Palupi purbaningsih (2024) dimana CSR dan *Green Accounting* tidak ada pengaruh parsial terhadap Nilai perusahaan dan hasil penelitian oleh Aswangga & Widoretno (2025) GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Ningrum (2021:9) nilai perusahaan sangat penting karena menggambarkan kondisi perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan, sehingga setiap pemilik perusahaan akan berusaha menunjukkan kinerja yang baik agar calon investor tertarik dan menanamkan modal. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.

Sejalan dengan meningkatnya perhatian terhadap isu keberlanjutan, penerapan *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance* merupakan bentuk konkrit perusahaan dalam komitmen berkelanjutan. *Green Accounting* menjadi instrumen penting dalam memasukan biaya lingkungan kedalam laporan keuangan perusahaan, sehingga

setiap aktivitas bisnis dari perusahaan dapat diukur tidak hanya dari aspek ekonomi tetapi juga dampaknya terhadap lingkungan (Jubaidah et al., 2024). *Green Accounting* merupakan bentuk kontribusi akuntansi terhadap pengelolaan lingkungan melalui tata kelola pengakuan dan pencatatan transaksi yang berdampak terhadap lingkungan, termasuk analisa dampak lingkungan terhadap nilai perusahaan (Almunawwaroh et al., 2022:17). Melalui pendekatan ini perusahaan diharapkan mampu menilai efisiensi penggunaan sumber daya dan mengidentifikasi risiko lingkungan jangka panjang. Penerapan *Green Accounting* membawa dampak positif terhadap lingkungan sehingga citra perusahaan menjadi lebih baik, sebagai salah satu bentuk keunggulan dalam bersaing.

Corporate Social Responsibility merupakan konsep hubungan perusahaan dan masyarakat sekitar. Berfungsi sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap sosial dan lingkungan., CSR tidak hanya memperkuat hubungan antara masyarakat dan perusahaan, tetapi juga menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan melalui peningkatan reputasi (Aswangga & Widoretno, 2025). CSR yang diungkapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja CSR yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Sebaliknya, apabila perusahaan memiliki kinerja CSR yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham (Purbaningsih, 2024).

Good Corporate Governance berperan sebagai mekanisme tata kelola yang baik dengan memastikan adanya transparansi, dan akuntabilitas dalam pengelolaan perusahaan. GCG merupakan sebuah upaya perusahaan untuk menciptakan pola hubungan yang kondusif antar pemangku kepentingan perusahaan. Hubungan kondusif *stakeholder* prasyarat dalam mewujudkan kinerja perusahaan selanjutnya mendukung peningkatan nilai perusahaan. GCG akan memberikan nilai tambah bagi pemegang saham secara berkelanjutan dalam jangka panjang (Taufiq, 2025). Menurut Aprily dan Sadikin (2024) penerapan prinsip GCG seperti independensi dewan komisaris, komite audit dan keterbukaan informasi menjadi penting dalam menjaga kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Penerapan GCG memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan para pemilik dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Setidaknya upaya peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan laba yang maksimal. Dengan laba yang diperoleh setidaknya perusahaan dapat memberikan dividen kepada para pemegang saham, meningkatkan pertumbuhan dan mempertahankan eksistensi perusahaan (Sudarmanto et al., 2021).

Meskipun *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance* sama-sama dipandang sebagai komponen penting dalam mendukung aspek keberlanjutan dan peningkatan nilai perusahaan, temuan empiris mengenai ketiga variabel tersebut menunjukkan hasil yang tidak konsisten. sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menguji salah

satu atau dua dari ketiga variabel tersebut, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance* secara bersamaan dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan metodologis berbeda untuk pengukuran variabel *Green Accounting* dengan menggunakan metode *Method of Successive Interval* untuk mentransformasi data ordinal menjadi interval untuk mengurangi bias hasil penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disusun menunjukkan hasil yang tidak konsisten oleh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan. Perbedaan hasil penelitian terdahulu mendorong penulis untuk mengkonfirmasi temuan terdahulu dan memverifikasi kebenaran penemuan tersebut dengan populasi yang berbeda. Perusahaan sub sektor *Food and Beverage* dipilih karena merupakan perusahaan yang mengalami peningkatan pertumbuhan PDB *year-on-year* pada periode 2021-2024 yang mengindikasikan bahwa sub sektor ini mempunyai peningkatan permintaan dari konsumen dan investor, serta memiliki peran strategis dalam industri manufaktur nasional. Oleh karena itu penulis menetapkan judul “Pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sub sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2024)” untuk diteliti.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* dan Nilai perusahaan di perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2021-2024;
2. Bagaimana Pengaruh *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024;
3. Bagaimana Pengaruh *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* dan Nilai perusahaan di perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2021-2024;

2. Untuk mengetahui pengaruh Pengaruh *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024;
3. Untuk mengetahui pengaruh Pengaruh *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan pengembangan ilmu

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambah literatur terkait *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dan menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa mendatang.

1.4.2 Kegunaan praktis

Manfaat atau kegunaan praktis yang diharapkan, sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dan semoga pengetahuan yang didapat bisa bermanfaat di kehidupan sehari-hari nya;

2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, sehingga bisa dijadikan salah satu bahan pertimbangan untuk menentukan keputusan perusahaan
3. Bagi pihak lain pembaca atau peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi atau sumbangan literatur terkait pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024 dengan memperoleh data dari situs Bursa Efek Indonesia, situs resmi perusahaan atau situs pendukung lainnya.

1.5.2 Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan terhitung mulai September 2025-Maret 2026.