

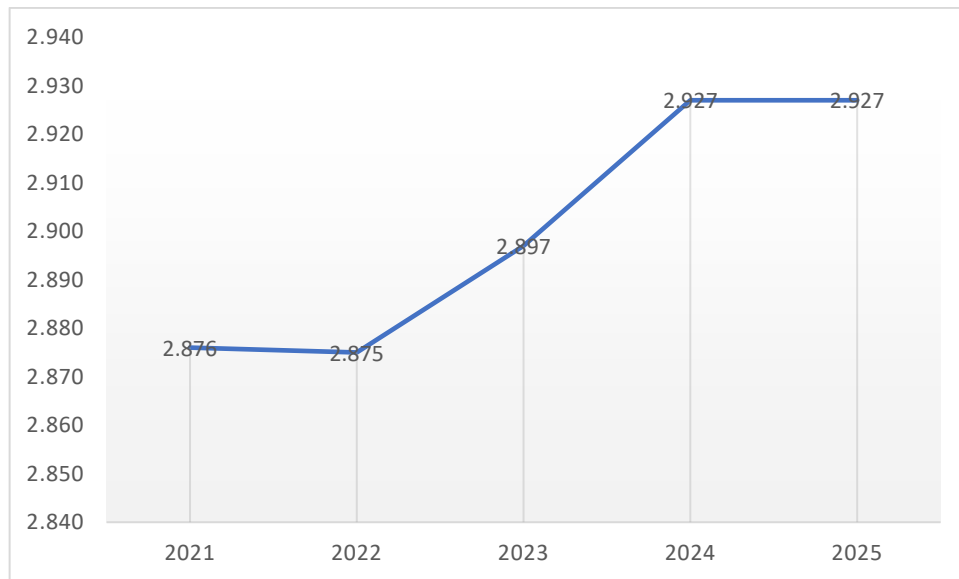
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, orientasi strategis perusahaan telah bergeser dari sekadar efisiensi operasional menjadi tanggung jawab yang lebih luas pada dimensi sosial, lingkungan, dan tata kelola akibat tekanan kritis dari berbagai pemangku kepentingan. Fenomena ini tercermin di Bursa Efek Indonesia, nilai perusahaan kini tidak hanya dipengaruhi faktor makroekonomi konvensional, tetapi juga kualitas pengungkapan aspek *Environmental, Social, and Governance* (ESG). Sejalan dengan mandat POJK No. 51/POJK.03/2017 mengenai penerapan keuangan berkelanjutan, penelitian ini secara spesifik menganalisis pengaruh *Sustainability Reporting* (SR), *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan. Esensi dari nilai perusahaan terletak pada kapitalisasi keuntungan masa depan yang diharapkan, yang manifestasinya terlihat pada pergerakan harga saham. Harga tersebut bersifat dinamis dan terus berubah dalam rentang waktu yang sangat singkat (Puspitasari & Indriastuti, 2024)

Fenomena yang menjadi perhatian utama di penelitian ini dapat diidentifikasi melalui data empiris pergerakan harga saham perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Berdasarkan data harga saham penutupan (*closing price*) rata-rata dari perusahaan-perusahaan sub sektor F&B selama periode 2021 hingga 2025, teridentifikasi adanya tren pergerakan nilai yang mencerminkan dinamika nilai perusahaan (*firm value*) di sektor ini. Data tersebut disajikan dalam grafik tren berikut:



Gambar 1. 1 Rata-rata Harga Saham Penutupan Perusahaan Sub Sektor F&B di BEI Periode 2021-2025

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata harga saham penutupan perusahaan sub-sektor F&B di BEI periode 2021–2025 mengalami dinamika yang fluktuatif namun cenderung menguat, dimulai dari Rp2.876 pada 2021 dan terkoreksi tipis menjadi Rp2.875 pada 2022 akibat normalisasi pasca-pandemi. Pemulihan signifikan mulai terlihat saat harga naik ke angka Rp2.897 pada 2023, melonjak ke Rp2.927 pada 2024, dan bertahan stabil di level yang sama hingga 2025. Tren positif ini berjalan beriringan dengan penguatan implementasi *sustainability reporting*, CSR dan ukuran perusahaan sesuai mandat POJK No. 51/POJK.03/2017; namun, fase stagnansi pada 2024–2025 mengindikasikan bahwa praktik keberlanjutan tidak selalu serta-merta bertransformasi menjadi nilai pasar secara konsisten bagi seluruh perusahaan. Secara teoretis, hubungan antara SR, CSR, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan dapat dijelaskan beberapa kerangka teori yang saling melengkapi. Teori stakeholder dikembangkan R. Edward Freeman pada 1984, menekankan bahwa perusaha

n bukan hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, melainkan kepada semua pihak yang terlibat atau terdampak oleh operasinya. Stakeholder sebagai kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi pencapaian tujuan perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, supplier, masyarakat, dan pemerintah (Saputri et al., 2024). *Legitimacy Theory* oleh Dowling dan Pfeffer (1975), perusahaan memiliki tanggung jawab untuk beroperasi di dalam koridor norma masyarakat demi menjaga legitimasi. Penerapan ini terlihat dari upaya perusahaan dalam menyajikan laporan CSR yang krusial. Teori Legitimasi banyak dipakai dalam akuntansi sosial lingkungan untuk menjelaskan mengapa perusahaan mengungkapkan informasi sosial, lingkungan, dan tanggung jawab sosial (CSR) kepada publik Asih, (2024). Teori Sinyal yang dikembangkan Michael Spence (1973) menekankan pada upaya pemilik informasi dalam mengirimkan sinyal-sinyal tertentu. Informasi ini bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi sehingga penerima dapat memanfaatkan data tersebut untuk menilai kondisi perusahaan. Pengungkapan informasi non-keuangan secara transparan dan akuntabel berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor mengenai kualitas manajemen dan prospek keberlanjutan perusahaan pada masa mendatang sehingga mendorong peningkatan kepercayaan dan valuasi pasar (Amin et al., 2024).

Media yang digunakan perusahaan untuk menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan melalui penyusunan *sustainability reporting*. Menurut Modjaningrat & Bahri, (2026) *sustainability reporting* merupakan laporan yang mengungkapkan informasi terkait aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan dengan mengacu pada pedoman Global Reporting Initiative (GRI), yang bertujuan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas kepada pemangku

kepentingan. Secara teoritis, *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan informasi keberlanjutan memberikan sinyal positif bagi investor mengenai transparansi dan orientasi jangka panjang perusahaan, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan serta meningkatkan nilai pasar (Amin et al., 2024). Perusahaan yang aktif mengungkapkan kinerjanya di bidang lingkungan dan sosial akan memperoleh legitimasi sosial yang memperkuat posisinya di pasar (Asih, 2024). Perusahaan yang memenuhi ekspektasi seluruh pemangku kepentingan melalui pengungkapan keberlanjutan akan mendapatkan dukungan yang berdampak pada peningkatan nilai pasar perusahaan (Saputri et al., 2024). Secara empiris, hubungan antara *sustainability reporting* dan nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Dalam penelitian Halimah et al. (2020) menemukan *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap harga saham di pasar Indonesia dan Malaysia. Penelitian Prasetyo (2024) menemukan *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di BEI. Penelitian Maftukhah et al. (2025) dan Pithaloka & Pandin (2024) menemukan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Praktik CSR merupakan bentuk akuntabilitas sosial perusahaan sekaligus upaya memperoleh legitimasi dari masyarakat. Hal ini didukung oleh *stakeholder theory* dan *legitimacy theory* yang menjelaskan pembentukan nilai perusahaan, yang memandang CSR sebagai sarana meraih dukungan pemangku kepentingan untuk memperkuat reputasi, serta menempatkan CSR sebagai upaya menjaga kontrak sosial guna menghindari tekanan regulasi yang dapat merugikan nilai perusahaan (Primawati & Andajani, 2023). Secara empiris, hubungan CSR dan nilai

perusahaan menunjukkan temuan yang berbeda. Penelitian Amin et al. (2024) membuktikan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman di BEI. Penelitian Desisca et al. (2025) membuktikan adanya pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan pada emiten LQ45. Temuan berbeda, Artanto (2025) dan Julian & Setiawati (2024) menemukan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Skala operasional dan besarnya aset yang dikelola, tercermin melalui ukuran perusahaan, menjadi indikator krusial dalam menilai stabilitas suatu entitas bisnis. Ukuran perusahaan merupakan indikator yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan, yang umumnya diukur menggunakan logaritma natural dari total aset (Sari et al., 2025). Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi tingkat kepercayaan investor karena perusahaan dinilai memiliki stabilitas operasional yang lebih baik. Penelitian Dewi et al., (2025) membuktikan ukuran perusahaan berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan sektor makanan & minuman BEI 2019–2022. Penelitian Aritonang et al., (2025) menunjukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri tahun 2020-2023. Hasil berbeda ditemukan Anggraini et al., (2025) dan Nugroho et al., (2022) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ketidakkonsistenan temuan penelitian terdahulu diduga berakar pada pengabaian karakteristik ukuran perusahaan (*firm size*), hasil positif cenderung mendominasi perusahaan berskala besar dengan sumber daya pengungkapan yang matang. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut guna memberikan pemahaman yang lebih lengkap dalam konteks pasar modal Indonesia. Motivasi

penelitian didasarkan pada fenomena di atas dan ketidakkonsistenan temuan penelitian terdahulu sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait ***Pengaruh Sustainability Reporting, CSR, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2025.***

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Apakah *sustainability reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2025?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2025?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2025?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memegang peran strategis dalam menambah ilmu akuntansi melalui penyediaan bukti empiris atas penerapan *stakeholder theory*, *legitimacy theory*, dan *signaling theory* di Indonesia. Studi ini berupaya menjawab tantangan intelektual berupa inkonsistensi temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh *sustainability reporting* CSR, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain kontribusi teoretis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi landasan empiris yang kuat bagi regulator dalam menyempurnakan kebijakan pelaporan keberlanjutan, khususnya guna memperkuat efektivitas implementasi POJK No. 51/POJK.03/2017 demi kemajuan pasar modal yang lebih bertanggung jawab.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian tersebut diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan dalam mengoptimalkan *sustainability reporting* dan CSR untuk meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam mengevaluasi praktik keberlanjutan suatu perusahaan sebagai landasan bagi pengambilan keputusan investasi berbasis ESG.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya terkait hubungan antara *sustainability reporting*, *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.