

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Objek Penelitian

Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* adalah perusahaan yang beroperasi dalam sektor ekonomi yang stabil dan tidak terlalu dipengaruhi oleh fluktuasi siklus ekonomi dan musim (Nadya, 2023). Hal ini dikarenakan industri dalam sektor *consumer non-cyclicals* menyediakan produk dan layanan yang selalu dibutuhkan oleh konsumen, tanpa terlalu memperhitungkan kondisi ekonomi saat itu. Contoh Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* meliputi Alfamart, Unilever, Indofood, dan berbagai perusahaan lainnya.

Di Indonesia, kinerja sektor *consumer non-cyclicals* mengalami penurunan sejak awal tahun 2021 (Intan, 2021b). Data dari BEI pada tahun 2022, menunjukkan bahwa IDX dari sektor *consumer non-cyclicals* mengalami koreksi sebesar 1,37% *year-to-date (ytd)*. Angka tersebut dianggap rendah bila dibandingkan dengan penurunan 0,20% *ytd* yang terjadi pada Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) (Ramadhansari, 2022). Pada tahun 2021, kinerja sektor *consumer non-cyclicals* memiliki performa kurang baik apabila dibandingkan dengan sektor *consumer cyclicals* atau sektor barang konsumen non-primer lainnya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sentimen pasar, daya beli masyarakat, dan fluktuasi harga saham (Intan, 2021b).

Kesadaran akan *sustainability* dan *corporate social responsibility* pada perusahaan di Indonesia semakin meningkat. Beberapa perusahaan besar, termasuk perusahaan *Consumer non-cyclical*, mulai menerapkan praktik *sustainability*. Perusahaan Alfamart merupakan salah satu contoh perusahaan sektor *Consumer non-cyclical* yang telah menerapkan prinsip berkelanjutan dengan mengadopsi penggunaan energi terbarukan untuk memenuhi kebutuhan listrik operasionalnya. Salah satu contohnya adalah melalui pembangunan sistem Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS). Sejak tahun 2021, Alfamart telah mendirikan 11 kantor cabang dan gudang di berbagai wilayah, yang dilengkapi dengan kapasitas PLTS

sebesar 993 kWp, Hal ini memberikan dampak positif yaitu penurunan emisi karbon sebanyak lebih dari 462-ton dan mengurangi konsumsi batu bara sebanyak 187 ton. Dampaknya setara dengan menanam 25.000 pohon (Muamar, 2023).

Perusahaan-perusahaan di Indonesia juga semakin menyadari pentingnya *stakeholder* untuk terlibat dalam keberlanjutan perusahaan. *Sustainability report* telah diwajibkan bagi lembaga keuangan dan perusahaan terbuka sejak tahun 2019, sementara bagi perusahaan tercatat, aturan ini mulai berlaku sejak tahun 2020. Namun, karena adanya COVID-19, penerapannya ditunda hingga tahun 2021 (Andy, 2023). Pemerintah Indonesia juga telah mengeluarkan peraturan yang mengatur tentang keberlanjutan, di antaranya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kebijakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagai instrumen hukum wajib bagi perusahaan (Rahmi, 2011). Selain itu, pemerintah juga mendorong perusahaan untuk memperhatikan aspek *sustainability* dalam kegiatan operasi mereka, seperti pengembangan energi terbarukan, *eco-tourism*, dan pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Berwawasan Lingkungan. Semua ini bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Limanseto, 2021).

Di Indonesia tercatat sebanyak 113 perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode tahun 2020 hingga 2022 sedangkan hanya sebanyak 21 perusahaan yang rutin menerbitkan *sustainability report* dari tahun 2020 hingga 2022. Berikut ini tabel 113 Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI.

**Tabel 1.1 Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022**

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
1	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
2	BUAH	Segar Kumala Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
3	DAYA	Duta Intidaya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
4	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
5	EPMT	Enseval Putrera Megatrading Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing

*bersambung*

sambungan

6	HERO	Hero Supermarket Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
7	KMDS	Kurniamitra Duta Sentosa Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
8	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
9	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
10	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
11	RANC	Supra Boga Lestari Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
12	SDPC	Millennium Pharmacon International Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
13	WICO	Wicaksana Overseas International Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
14	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
15	ADES	Akasha Wira International Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
16	AGAR	Asia Sejahtera Mina Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
17	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
18	ALTO	Tri Banyan Tita Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
19	AMMS	Agung Menjangan Mas Tbk	Non-Cyclicals	Food & Beverage
20	ANDI	Andira Agro Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
21	ANJT	Austido Nusantara Jaya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
22	ASHA	Cilacap Samudera Fishing Industry Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
23	BEEF	Estika Tata Tiara Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
24	BISI	Bisi International Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
25	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
26	BTEK	Bumi teknokultura Unggul Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
27	BUDI	Budi Strach & Sweetener Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
28	BWPT	Eagle High Plantations Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
29	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
30	CBUT	Citra Borneo Utama Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
31	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage

bersambung

sambungan

32	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
33	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
34	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	Non-Cyclicals	Food & Beverage
35	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	Non-Cyclicals	Food & Beverage
36	CPRO	Central Proteina Prima Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
37	CRAB	Toba Surimi Industries Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
38	CSRA	Cisadane Sawit Raya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
39	DEWI	Dewi Shri Farmino	Non-Cyclicals	Food & Beverage
40	DLTA	Delta Djakarta Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
41	DPUM	Dua Putra Utama Makmur Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
42	DSFI	Dharma Samudera Fishing Indust	Non-Cyclicals	Food & Beverage
43	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
44	ENZO	Moreno Abadi Perkasa Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
45	FAPA	Fap Agri Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
46	FISH	FKS Multi Agro Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
47	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
48	GOLL	Golden Plantation Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
49	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
50	GULA	Aman Agrindo Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
51	GZCO	Gozco Plantations Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
52	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
53	IBOS	Indo Boga Sukses Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
54	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Non-Cyclicals	Food & Beverage
55	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
56	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
57	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage

bersambung

sambungan

58	JARR	Jhonlin Agro Raya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
59	JAWA	Jaya Agra Wattie Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
60	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
61	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
62	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb	Non-Cyclicals	Food & Beverage
63	MAGP	Multi Agro Gemilang Plantation	Non-Cyclicals	Food & Beverage
64	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
65	MGRO	Mahkota Group Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
66	MKTR	Menthobi Karyatama Raya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
67	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
68	MYOR	Mayora Indah Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
69	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
70	OILS	Indo Oil Perkasa Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
71	PALM	Provident Investasi Bersama Tb	Non-Cyclicals	Food & Beverage
72	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tb	Non-Cyclicals	Food & Beverage
73	PGUN	Pradiksi Gunatama Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
74	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
75	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	Non-Cyclicals	Food & Beverage
76	PSGO	Palma Serasih Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
77	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
78	SGRO	Sampoerna Agro Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
79	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
80	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
81	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
82	SKLT	Sekar Laut Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
83	SMAR	Smart Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage

bersambung

84	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>sambungan</i> <i>Food &amp; Beverage</i>
85	STAA	Sumber Tani Agung Resources Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
86	STTP	Siantar Top Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
87	TAPG	Triputra Agro Persada Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
88	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
89	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
90	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
91	TLDN	Teladan Prima Agro Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
92	TRGU	Cerestar Indonesia Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
93	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
94	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
95	WAPO	Wahana Pronatural Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
96	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
97	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Food &amp; Beverage</i>
98	GGRM	Gudang Garam Tbk	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Tobacco</i>
99	HMSP	HM Sampoerna Tbk	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Tobacco</i>
100	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Tobacco</i>
101	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Tobacco</i>
102	WIIM	Wisnilak Inti Makmur Tbk	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Tobacco</i>
103	EURO	Estee Gold Feet Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
104	FLMC	Falmax Nonwoven Industri Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
105	KINO	Kino Indonesia Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
106	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
107	MBTO	Martina Berto Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
108	MRAT	Mustika Ratu Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
109	NANO	Nanotech Indonesia Global Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>

*bersambung*

sambungan

110	TCID	Mandom Indonesia Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
111	UCID	Uni-Charm Indonesia Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
112	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>
113	VICI	Victoria Care Indonesia Tbk.	<i>Non-Cyclicals</i>	<i>Nondurable Household Products</i>

Sumber: IDX data di olah Penulis, 2024

Tabel 1.2 berisi daftar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2020 hingga 2022. Dalam penelitian ini, menggunakan perusahaan sektor *Consumer non cyclicals* yang terdaftar di BEI selama periode 2020-2022 karena Bursa Efek Indonesia (BEI) hanya menyediakan data perusahaan selama periode tiga tahun. Alasan selanjutnya yaitu karena, sebagian besar perusahaan *consumer non cyclicals* mulai mengungkapkan *sustainability report* pada tahun 2020, seperti yang di ungkapkan oleh (Andy, 2023) yang mengatakan bahwa laporan keberlanjutan menjadi kewajiban bagi lembaga keuangan dan perusahaan terbuka sejak tahun 2019 dan untuk tahun 2023 kebanyakan perusahaan belum menerbitkan *sustainability report*. Oleh karena itu, penelitian ini hanya menggunakan data selama tiga tahun. Selain itu, dalam rentang waktu 2020-2023, terjadi pandemi COVID-19 maka menurut peneliti pandemi ini telah mempengaruhi kinerja perusahaan dan strategi bisnis, termasuk dalam hal pengungkapan *environmental performance, economic performance, dan corporate social performance*.

**Tabel 1.2 Perusahaan yang Terdaftar di BEI dan Menerbitkan *Sustainability Report* Tahun 2020-2022**

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
1	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
2	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
3	EPMT	Enseval Putrera Megatrading Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
4	HERO	Hero Supermarket Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Staples Retailing
5	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
6	BISI	Bisi International Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
7	BWPT	Eagle High PlantationsTbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
8	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	Non-Cyclicals	Food & Beverage
9	CSRA	Cisadane Sawit Raya Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
10	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
11	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
12	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb	Non-Cyclicals	Food & Beverage
13	MGRO	Mahkota Group Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
14	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
15	SGRO	Sampoerna Agro Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
16	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
17	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
18	SMAR	Smart Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
19	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.	Non-Cyclicals	Food & Beverage
20	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk	Non-Cyclicals	Tobacco
21	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Non-Cyclicals	Nondurable Household Products

Sumber: IDX data di olah Penulis, 2024



Walaupun banyak perusahaan di Indonesia yang sudah mulai menyadari pentingnya *sustainability*, namun masih banyak perusahaan, termasuk di sektor *consumer non-cyclical*, yang belum sepenuhnya mengadopsi prinsip-prinsip *sustainability* tersebut. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain rendahnya kesadaran perusahaan akan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs). Selain itu, keterbatasan sumber daya juga menjadi hambatan bagi perusahaan untuk menerapkan keberlanjutan karena diperlukan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam hal ini. Infrastruktur dasar yang belum terintegrasi juga menjadi faktor penghambat bagi perusahaan untuk menerapkan bisnis yang berkelanjutan, termasuk jaringan transportasi, sistem energi, air bersih, serta akses ke layanan kesehatan dan pendidikan yang memadai (Deny, 2020). Faktor terakhir adalah penekanan yang lebih besar pada keuntungan finansial dalam jangka pendek sehingga mengabaikan evaluasi jangka panjang terhadap dampak *environmental*, *economic* dan *social* dari aktivitas bisnis.

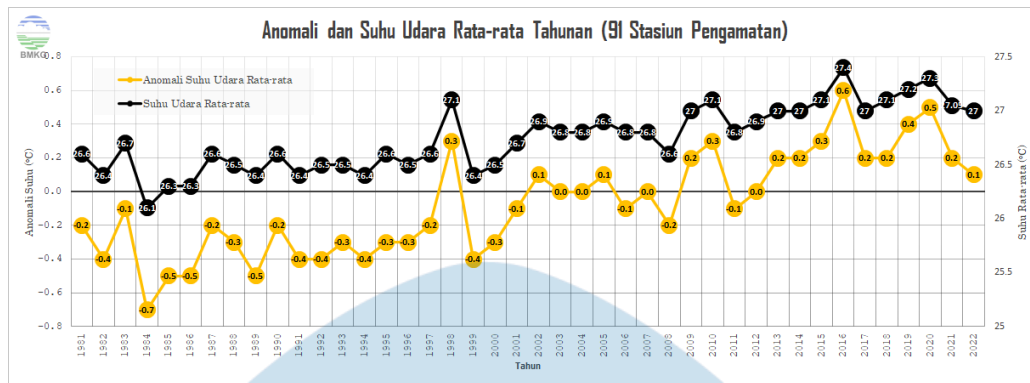
## **1.2 Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi merupakan tolok ukur yang signifikan dalam menilai kemajuan suatu negara. Harapan setiap negara adalah mencapai pertumbuhan ekonomi yang kuat, yang akan membawa manfaat seperti peningkatan standar hidup masyarakat, kesehatan yang lebih baik, pendidikan yang berkualitas, tingkat konsumsi barang dan jasa yang meningkat, serta berbagai aspek lainnya (Ramadhan & Arif, 2023). Menurut Badan Pusat Statistik (2023) di tahun 2022, Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai sebesar Rp19.588,4 triliun, dengan PDB per kapita mencapai Rp71,0 juta atau setara dengan US\$4.783,9. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun tersebut mencapai 5,31%, mengungguli pertumbuhan ekonomi pada tahun sebelumnya yang hanya mencapai 3,70%. Sektor transportasi dan pergudangan mencatat pertumbuhan tertinggi sebesar 19,87% dari sisi produksi, sementara komponen ekspor barang dan jasa mencatat pertumbuhan tertinggi sebesar 16,28% dari sisi pengeluaran.

Menurut Badan Pengawas Pembangunan Nasional (2022), penguatan industrialisasi melalui inovasi dan teknologi telah menjadi faktor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia melebihi angka 5,5%. Sektor industri tidak hanya menghasilkan produktivitas tinggi, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan pada pertumbuhan ekonomi dengan dampak yang luas. Meskipun demikian, pertumbuhan ekonomi tidak hanya berkaitan dengan dampak dan hasil ekonomi semata, melainkan juga berpotensi mempengaruhi isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim, kerusakan sumber daya alam, dan peningkatan tingkat pencemaran lingkungan (Handayani, 2019).

Secara umum, tujuan utama suatu perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal, namun terkadang hal ini dapat menyebabkan perusahaan mengabaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Terlebih lagi, beberapa industri sering kali menggunakan sumber daya alam yang ada di bumi tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan menurut (Maqbool & Zameer (2018) dalam Muslichah (2020)). Menurut penelitian oleh Muslichah (2020), salah satu masalah lingkungan yang saat ini menjadi sangat mengkhawatirkan adalah pemanasan global. Hal ini terjadi akibat peningkatan konsentrasi gas rumah kaca yang berlebihan sehingga menyebabkan panas terperangkap di atmosfer bumi karena tidak dapat disalurkan ke luar angkasa (National Geographic Society (2019) dalam Amira & Siswanto (2022)). Gas rumah kaca ini berasal dari aktivitas manusia, khususnya dalam sektor industri dan penggunaan energi fosil seperti pembakaran bahan bakar fosil (seperti batu bara, minyak bumi, dan gas alam) untuk transportasi, pembangkit listrik, dan kebutuhan industri lainnya (PGN LNG Indonesia, 2023).

Pemanasan global ini merupakan situasi yang sangat memprihatinkan. Gejalanya pun sudah mulai terlihat, seperti suhu udara yang semakin meningkat. Pada tahun 2022, suhu permukaan bumi meningkat sebesar 0,98 derajat Celsius dibandingkan dengan rata-rata tahunan periode 1951-1980 (Fitriani, 2023).



Gambar 1.1 Anomali dan Suhu Udara Rata-rata Tahunan

Sumber: BMKG, 2024

Bagi Indonesia secara keseluruhan, tahun 2016 mencatatkan suhu terpanas sepanjang periode pengamatan 1981 hingga 2022, dengan anomali mencapai 0,6 °C. Pada tahun 2022, Indonesia berada di peringkat ke-13 dalam daftar tahun terpanas, dengan anomali suhu sebesar 0,2 °C. Sementara, tahun 2020 dan 2019 masing-masing menempati posisi kedua dan ketiga, dengan anomali suhu sebesar 0,5 °C dan 0,4 °C. Perlu dicatat bahwa menurut *World Meteorological Organization* (WMO) dalam Badan Meterologi (2023), tahun 2016 juga diakui sebagai tahun terpanas secara global. Oleh karena itu, tantangan lingkungan yang dihadapi saat ini menyebabkan masyarakat semakin peka terhadap berbagai isu lingkungan karena industri yang semakin merajalela telah menyebabkan kerusakan lingkungan, seperti berkurangnya sumber daya alam dan pemanasan global.

Selain tantangan perubahan iklim, pandemi COVID-19 juga menjadi sorotan utama pada tahun 2020. Karena dampaknya meluas ke berbagai sektor ekonomi di seluruh dunia, memengaruhi perusahaan dan industri secara menyeluruh, bahkan melintasi batas negara. Pandemi ini mengakibatkan penurunan pendapatan perusahaan secara drastis dan mengganggu arus kas perusahaan dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya (Didier dkk., 2021). Dampak tersebut dirasakan di berbagai sektor industri, termasuk sektor keuangan, pariwisata, manufaktur, *food and beverage*, dan *consumer non cyclicals* (Irmayani, 2020).

Pada penutupan perdagangan tanggal 9 Maret 2020, dikatakan oleh Situmorang (2020) bahwa telah terjadi penurunan Indeks saham secara signifikan

dalam sektor konsumen hingga mencapai titik terendahnya sejak tahun 2013. Data Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan, sektor tersebut turun 11,29% secara *year to date* (Intan, 2021a). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Situmorang, 2020), beberapa perusahaan *non cyclicals* yang mengalami penurunan adalah emiten rokok PT HM Sampoerna Tbk. (HMSP) yang mengalami penurunan sebesar 160 poin atau 9,33% ke level Rp1.555. Selain itu, PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) dan PT Gudang Garam Tbk. (GGRM) juga mengalami penurunan masing-masing sebesar 5,70% dan 10,76%. Menurut Michael Wilson yang di kutip dalam Intan (2021a) mengatakan bahwa penurunan ini di pengaruhi oleh berbagai faktor. Penyebab turunnya indeks saham sektor *consumer non-cyclicals* salah satunya adalah karena pandemi Covid-19 sehingga pembelian pada sektor *consumer non-cyclicals* mengalami penurunan (Irmayani, 2020).

Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan semakin meningkat karena adanya masalah lingkungan dan ditambah karena adanya Pandemi Covid 19 yang membuat masyarakat mengubah pola konsumsi mereka. Beberapa orang beralih ke gaya hidup yang lebih sederhana, memperhatikan kesehatan, dan mempertimbangkan keberlanjutan dan etika dalam membeli produk yang juga berimplikasi pada tuntutan terhadap perusahaan agar bertanggung jawab atas dampak lingkungan dari kegiatan operasi mereka. Selain mendapatkan tuntutan dari masyarakat, industri juga dihadapkan pada berbagai tuntutan dari pemangku kepentingan lain di perusahaan, seperti *costumer, supplier, competitor, investor, pemerintah, komunitas lokal di suatu daerah, dan media.*

Pemerintah telah mengimplementasikan beberapa regulasi yang berkaitan dengan keberlanjutan industri, seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. Saat ini, Indonesia juga turut serta sebagai salah satu dari 193 negara di dunia yang menyetujui rencana aksi global dalam pembangunan berkelanjutan yang dikenal dengan istilah *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Pemerintah Indonesia bertekad untuk mencapai ke-17 tujuan SDG diantaranya adalah (1) Tanpa Kemiskinan; (2) Tanpa Kelaparan; (3) Kehidupan Sehat dan Sejahtera; (4) Pendidikan Berkualitas; (5) Kesenjangan Gender; (6) Air Bersih dan Sanitasi Layak;

(7) Energi Bersih dan Terjangkau; (8) Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi; (9) Industri, Inovasi dan Infrastruktur; (10) Berkurangnya Kesenjangan; (11) Kota dan Permukiman yang Berkelanjutan; (12) Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab; (13) Penanganan Perubahan Iklim; (14) Ekosistem Lautan; (15) Ekosistem Daratan; (16) Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh; (17) Kemitraan untuk Mencapai Tujuan. Maka pemerintah perlu melibatkan berbagai komponen dari Masyarakat untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut oleh karena itu pemerintah melibatkan mulai dari masyarakat itu sendiri, akademisi, hingga pihak swasta.

Pemerintah melibatkan pihak swasta dalam pencapaian *SDGs* dengan harapan agar dampak yang dihasilkan dapat lebih luas terhadap masyarakat. Hal ini disebabkan oleh banyaknya perusahaan swasta di Indonesia yang aktif dalam menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat. Kehadiran perusahaan-perusahaan tersebut dapat memiliki konsekuensi baik maupun buruk bagi masyarakat, terutama apabila mereka melakukan eksploitasi terhadap sumber daya alam atau manusia. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, penting bagi semua pemangku kepentingan untuk memastikan bahwa setiap kegiatan produksi atau konsumsi dijaga agar tetap berkelanjutan demi keberlangsungan generasi yang akan datang (Shidiq dkk., 2019). Demi mencapai tujuan *SDGs* tersebut maka dapat diberlakukan dengan melaksanakan program tanggung jawab lingkungan dan sosial Perusahaan atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peristiwa perubahan iklim dan pandemi COVID-19 mendorong minat pada produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Sehingga konsumen menjadi lebih selektif untuk memilih suatu produk yang akan mereka beli, apakah produk memiliki nilai keberlanjutan atau tidak. Maka apabila suatu Perusahaan menerapkan CSR pada bisnisnya hal ini dapat memberikan dampak terhadap kinerja finansial yang lebih baik dalam jangka panjang. Reputasi yang baik dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan investor, konsumen, dan masyarakat, yang pada

akhirnya dapat menghasilkan manfaat finansial bagi Perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdirinya suatu perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Tujuan utamanya adalah untuk meraih keuntungan secara maksimal. Tujuan kedua adalah untuk memperkaya para pemegang saham. Sementara tujuan ketiga adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (Muliati dkk., 2021). Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap kesuksesan suatu perusahaan yang tercermin dalam harga sahamnya (Sutrisno, 2020). Menurut Felicia & Karmudiandri (2019), nilai perusahaan dianggap sangat penting bagi *shareholder* karena mencerminkan penilaian pasar terhadap perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu meningkatkan kemakmuran pemegang saham sehingga semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi salah satu indikator yang dapat menarik minat investor. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja yang baik dan potensi tingkat pengembalian yang tinggi, sehingga investor lebih yakin untuk mengambil keputusan dalam menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut (Olivia & Dermawan, 2021). Menurut Widjaja & Susanti (2022), nilai perusahaan tidak hanya menarik minat para investor, tetapi juga mencerminkan potensi dan prospek perusahaan untuk bertahan dan berkembang di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan impian bagi pemilik bisnis dan juga menunjukkan kekayaan bagi pemegang saham karena semakin tingginya harga saham berarti semakin tinggi pula nilai yang dibayarkan oleh pemegang saham untuk memperoleh kepemilikan saham tersebut (Widjaja & Susanti, 2022).

Menurut Junitania & Prajitno (2019), ada 3 faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu faktor internal, faktor eksternal, dan ukuran perusahaan. Faktor internal meliputi kinerja perusahaan yang dihasilkan dari berbagai proses dan aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan itu sendiri. Sebaliknya, faktor eksternal berasal dari luar perusahaan dan berada di luar kendali perusahaan, contohnya adalah tingkat suku bunga, inflasi, serta kondisi lingkungan, sosial, dan budaya.

Selain itu, ukuran perusahaan yang besar dapat menunjukkan stabilitas dan risiko kebangkrutan yang rendah.

Astuti & Juwenah (2017) mengatakan, investor kini cenderung memilih perusahaan yang tidak hanya fokus pada profit semata, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Dengan demikian, perusahaan dapat memainkan peran penting dalam menerapkan prinsip *good corporate governance*. Konsep ini sejalan dengan pandangan yang disampaikan oleh Fahmi (2014: 190) yang dinyatakan dalam Kusumawati & Setiawan (2019) yang menekankan bahwa nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas kinerja perusahaan, khususnya dalam aspek keuangan, yang tidak dapat dipisahkan dari kinerja non-keuangan.

Menurut Chasbiandani dkk. (2019), *Environmental performance* mengacu pada seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh kegiatan bisnis perusahaan terhadap lingkungan, serta bagaimana tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Salah satu bentuk tanggung jawab yang dapat dilakukan perusahaan adalah memastikan bahwa proses produksinya tidak menimbulkan dampak negatif yang signifikan bagi lingkungan sekitar (Rais dkk., 2020). Seperti bagaimana perusahaan mengelola limbah yang mereka hasilkan dari proses operasionalnya untuk meminimalkan kerusakan lingkungan (Chasbiandani dkk., 2019). Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi tentang *environmental performance* suatu perusahaan yaitu informasi tersebut dapat ditemukan dalam *notes to financial statements*, *environmental reports*, atau *sustainability reports* perusahaan (Muslichah, 2020).

Sekarang ini, masyarakat semakin memperhatikan isu lingkungan. Akibatnya, konsumen mulai beralih ke produk yang menunjukkan *environmental performance* yang baik. Hal ini menjadikan perusahaan dengan *environmental performance* yang baik memiliki citra yang baik bagi investor, dan konsumen (Astuti & Juwenah, 2017). Citra yang positif dalam hal lingkungan akan memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan, sehingga *stakeholder* akan lebih percaya pada perusahaan (Sejati & Prastiwi, 2015). Kepercayaan konsumen

akan mempengaruhi peningkatan penjualan produk perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba bersih perusahaan (Sejati & Prastiwi, 2015). Ini juga berlaku untuk perusahaan *costumer non-cyclicals*, terutama karena perusahaan dalam sektor ini memiliki hubungan yang dekat dengan masyarakat. Selain itu, *environmental performance* yang baik juga penting bagi perusahaan *consumer non cyclicals* karena perusahaan tersebut bergantung pada sumber daya alam untuk operasional mereka. *Environmental performance* yang buruk dapat mengancam ketersediaan sumber daya alam dalam jangka panjang, yang pada akhirnya menyebabkan ketidakstabilan pasokan dan biaya produksi yang lebih tinggi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Anna & R.T, 2019; Budiharjo, 2020; Febriyanti, 2021; Rais dkk., 2020), yang mengatakan bahwa *Environmental performance* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Febriyanti (2021), dampak *environmental performance* yang di berikan oleh perusahaan baik dalam skala besar maupun kecil dan disajikan dalam *sustainability report* akan menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab untuk memperbaiki dampak lingkungan akibat dari kegiatan operasional yang mereka lakukan. Hal ini akan membuat masyarakat mengapresiasi produk mereka dan akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga berdampak positif bagi nilai perusahaan.

Pengukuran variabel *environmental performance* ini mengacu pada studi yang dilakukan oleh (Rais dkk., 2020), yang menggunakan indikator pengungkapan kinerja lingkungan dalam *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI) sesuai dengan Pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) G4, yang mencakup 34 indikator. Perhitungan dilakukan dengan memberikan skor 1 untuk setiap item yang diungkapkan, dan skor 0 untuk item yang tidak diungkapkan. Setelah semua item dinilai, skor tersebut kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor untuk setiap perusahaan.

Menurut Anna & R.T (2019), pengungkapan tentang *economic performance* mencerminkan pengaruh operasional perusahaan terhadap lingkungan ekonomi



dalam skala mikro maupun makro (tingkat lokal, nasional, atau global). Menurut Sejati & Prastiwi (2015), pengungkapan *economic performance* merupakan bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap *stakeholder*. Pengungkapan *economic performance* dapat memperkuat transparansi perusahaan sehingga pihak terkait termasuk investor menjadi lebih percaya terhadap perusahaan dan berdampak pada peningkatan citra perusahaan (Natalia & Tarigan, 2014). Aspek yang dilaporkan pada ekonomi berkelanjutan lebih pada kontribusi perusahaan terhadap sistem ekonomi, yang kemudian menjadi sinyal yang penting bagi para investor mengingat informasi ini merupakan penjelasan tambahan dari laporan keuangan.

Menurut (Anna & R.T (2019), Astuti & Juwenah (2017), Febriyanti (2021)), *economic performance* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan perusahaan didukung oleh *economic performance*, yang merupakan kegiatan utama perusahaan. Selain itu, penelitian ini mendukung gagasan bahwa investor fokus pada *economic performance* perusahaan sebelum memutuskan di mana akan menginvestasikan dana mereka. Pengukuran variabel *economic performance* ini mengacu pada studi yang dilakukan oleh (Rais dkk., 2020), yang menggunakan indikator pengungkapan kinerja lingkungan dalam *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI) sesuai dengan Pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) G4, yang mencakup 9 indikator. Perhitungan dilakukan dengan memberikan skor 1 untuk setiap item yang diungkapkan, dan skor 0 untuk item yang tidak diungkapkan. Setelah semua item dinilai, skor tersebut kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor untuk setiap perusahaan.

Menurut Muslichah (2020), *Corporate Social Performance* adalah informasi mengenai kesejahteraan manusia, termasuk dampak perusahaan terhadap masyarakat di wilayah mereka beroperasi. *Corporate Social Performance* juga mengungkapkan mengenai risiko yang timbul dari interaksi dengan institusi sosial lain yang mereka kelola (Astuti & Juwenah, 2017). Kesejahteraan manusia adalah aspek penting karena dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan (Muslichah, 2020). Aspek sosial dibagi menjadi empat, yakni hak asasi manusia,

masyarakat, tanggung jawab produk serta tenaga kerja dan pekerjaan layak (Anna & R.T, 2019).

*Corporate Social performance* terwujud melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang melibatkan perilaku etis dan tanggung jawab perusahaan terhadap semua pihak yang terlibat, baik *internal* maupun *eksternal* (Febriyanti, 2021). Pengungkapan *corporate social performance* akan memberikan citra yang positif di mata publik. Perusahaan yang mengungkapkan *corporate social performance* akan dianggap memiliki kepedulian terhadap masyarakat sehingga perusahaan akan mendapatkan kepercayaan yang kuat dari masyarakat. Dampaknya, loyalitas masyarakat terhadap perusahaan akan meningkat (Anna & R.T, 2019). Selain itu, pengungkapan *corporate social performance* juga akan memberikan informasi mengenai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan yang dapat menjadi keunggulan kompetitif. Investor cenderung memberikan tanggapan positif terhadap perusahaan dengan *corporate social performance* yang baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan (Sejati & Prastiwi, 2015). Dengan demikian, maka nilai perusahaan di masa depan akan semakin meningkat. *Corporate social performance* juga mencakup perhatian perusahaan terhadap isu-isu yang berkaitan dengan masyarakat, seperti komunitas, korupsi, kebijakan publik, anti persaingan seperti anti-trust, dan monopoli (Natalia & Tarigan, 2014).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Anna & R.T, 2019; Chowdhury dkk., 2019; Muslichah, 2020; Rais dkk., 2020), *corporate social performance* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan menggunakan *corporate social performance* dengan tujuan meningkatkan reputasi perusahaan. Ini juga merupakan bagian dari proses legitimasi dan pemenuhan kontrak sosial antara perusahaan dan pemangku kepentingan, serta untuk mendapatkan pengakuan dari mereka. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Reputasi yang baik membantu perusahaan mendapatkan dukungan lebih kuat dari pihak berwenang dan

menarik minat lebih banyak investor, yang pada gilirannya dapat mengurangi risiko bisnis yang mungkin mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Pengukuran variabel *corporate social performance* ini mengacu pada studi yang dilakukan oleh (Rais dkk., 2020), yang menggunakan indikator pengungkapan kinerja lingkungan dalam *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI) sesuai dengan Pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) G4, yang mencakup 48 indikator. Perhitungan dilakukan dengan memberikan skor 1 untuk setiap item yang diungkapkan, dan skor 0 untuk item yang tidak diungkapkan. Setelah semua item dinilai, skor tersebut kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor untuk setiap perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rais dkk., 2020) dengan variabel yang sama yaitu *eco-efficiency* dan *corporate social performance*. Namun, variabel *Financial Performance* sebagai variabel *intervening* tidak digunakan dalam penelitian ini. Berbeda dengan penelitian sebelumnya pada penelitian ini ditambahkan satu *variable independent* yaitu *economic performance* yang merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Anna & R.T, 2019; Astuti & Juwenah, 2017; Febriyanti, 2021). *Economic performance* menjadi variabel tambahan karena menurut Febriyanti (2021), Informasi tentang *economic performance* yang disampaikan oleh perusahaan merupakan petunjuk penting bagi investor. Ini menunjukkan bagaimana operasi perusahaan mempengaruhi lingkungan ekonomi sekitarnya, baik secara mikro maupun makro. Ketika perusahaan membagikan data tentang *economic performance*, tujuannya adalah untuk memberikan pemegang saham pemahaman yang jelas bahwa perusahaan telah transparan dalam menyampaikan informasi tentang kondisi ekonominya. Transparansi *economic performance* ini memungkinkan para investor memberikan penilaian terhadap perusahaan, di mana pasti investor akan lebih memilih perusahaan yang menguntungkan dari segi ekonomi.

Perbedaan kedua adalah periode penelitian yang dilakukan saat ini adalah tahun 2020-2022. Sementara untuk penelitian sebelumnya, dilakukan pada periode

2015-2019. Perbedaan terakhir yaitu objek pada penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sementara penelitian sebelumnya adalah sektor pertambangan dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Peneliti menggunakan sektor *consumer non-cyclical* karena perusahaan di sektor ini memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat karena produk-produknya sering digunakan oleh banyak orang. Mereka juga memiliki keterkaitan yang kuat dengan lingkungan karena limbah yang dihasilkan oleh kegiatan operasional mereka. Berdasarkan latar belakang di atas maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Pengungkapan *Environmental Performance, Economic Performance, dan Corporate Social Performance* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclical* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2022”**.

### 1.3 Rumusan Masalah

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator dalam menilai kemajuan suatu negara, namun pertumbuhan ekonomi tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga mempengaruhi isu lingkungan seperti perubahan iklim. Ditambah adanya Pandemi COVID-19 yang terjadi pada 2019, mengakibatkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan serta minat pada produk yang ramah lingkungan. Pemerintah juga telah mengimplementasikan regulasi terkait keberlanjutan industri, termasuk partisipasi dalam *Sustainable Development Goals (SDGs)*, sementara perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab sosial dan lingkungan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Maka dengan adanya permasalahan tersebut membuat industri termasuk sektor *Consumer Non cyclicals* sedang menghadapi dinamika yang signifikan, terutama dengan perubahan-perubahan dalam lingkungan eksternal dan tuntutan yang semakin meningkat dari berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, rumusan masalah pada kali ini adalah untuk mengetahui:

1. Apakah *environmental performance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dalam sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022?

2. Apakah *economic performance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dalam sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022?
3. Apakah *corporate social performance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dalam sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022?

#### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Environmental Performance*, *Economic Performance*, dan *Corporate Social Performance* terhadap nilai perusahaan. Secara khusus tujuan penelitian diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *environmental performance* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022
2. Untuk mengetahui apakah *corporate social performance* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022
3. Untuk mengetahui apakah *economic performance* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022

##### **1.4.2 Manfaat penelitian**

###### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, referensi serta wawasan teoritis khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Selain itu juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta menjadi bahan diskusi dan pembandingan untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti topik serupa.

## **2. Manfaat Praktikal**

### 1) Investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan investor sebagai bahan informasi dan pertimbangan atas keputusan investasi yang telah direncanakan pada suatu perusahaan.

### 2) Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga bagi pemerintah dalam merancang kebijakan yang berkaitan dengan *environmental*, *economic*, dan *corporate social performance*.

### 3) Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan, membantu meningkatkan nilai perusahaan serta bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja perusahaan.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan ini akan terbagi menjadi lima bab, dan gambaran umum isi setiap bab sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, masalah penelitian, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II RERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi teori yang dijadikan dasar membentuk model penelitian, penelitian terdahulu, gambar model penelitian, dan pengembangan hipotesis serta pernyataan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi bentuk penelitian yang digunakan, objek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum sampel penelitian yang digunakan, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menguraikan kesimpulan dan hasil penelitian, keterbatasan dalam penelitian, dan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

