

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah semakin ketatnya persaingan dalam proses industrialisasi, baik di pasar global maupun domestik, setiap perusahaan diharuskan untuk terus meningkatkan daya saingnya agar tetap dapat bertahan. Dalam menjalankan sebuah bisnis pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek bagi perusahaan adalah memanfaatkan sumber daya perusahaan untuk mengoptimalkan keuntungan, sedangkan bagi perusahaan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan memaksimalkan nilai perusahaan adalah tujuan jangka panjang perusahaan (Sintyana dan Artini, 2018).

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia tidak terlepas dari peran pasar modal. Pasar modal memegang peranan penting karena di pasar ini, investor dapat memperoleh keuntungan dengan membeli saham dari perusahaan yang terdaftar. Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pasar modal yang ada di Indonesia. Harga saham suatu perusahaan mencerminkan nilai perusahaan tersebut, semakin tinggi harga saham, semakin besar nilai perusahaan, dan sebaliknya. Secara umum, harga saham yang dimaksud adalah harga penutupan (*closing price*).

Dalam penelitian ini sektor makanan dan minuman dipilih karena laju perusahaan makanan dan minuman pada dasarnya bersifat non-siklus, yang berarti sektor ini lebih stabil terhadap perubahan kondisi perekonomian. Industri makanan dan minuman mampu bertahan dan lebih tahan terhadap krisis dibandingkan sektor

lainnya, karena konsumen akan tetap membutuhkan makanan dan minuman, dengan kata lain masyarakat akan tetap memenuhi kebutuhan pokoknya (Darmayanti, 2019). Mengingat situasi ini, banyak perusahaan akan memasuki bidang ini, dan persaingan tidak dapat dihindari. Karena pada sektor makanan dan minuman cenderung memiliki prospek yang cukup bagus dan diminati oleh para investor untuk menanamkan modalnya (Milansari, Masitoh dan Siddi, 2020).

Berikut rata-rata harga saham pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman pada tahun 2020-2023.



Sumber: www.idx.co.id data diolah 2024

Gambar 1. 1
Rata-rata Harga Saham

Berdasarkan gambar 1.1, harga saham pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2023 terus mengalami penurunan, Harga saham pasar bergerak berdasarkan banyaknya penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Rata-rata harga saham pada 2020 berada pada nilai Rp 1723.081, namun pada tahun 2021 mengalami penurunan senilai Rp 128.405. Selanjutnya tahun 2022 terjadi penurunan senilai Rp 122.014,

dan pada tahun 2023 rata-rata harga saham mengalami penurunan kembali sebesar Rp 177.547.

Penurunan harga saham perusahaan sub sektor makanan dan minuman dari tahun per tahun, akan berdampak pada nilai perusahaannya. Nilai perusahaan mencerminkan kondisi tertentu yang menggambarkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang dicapai oleh perusahaan setelah melewati aktivitas operasional selama beberapa tahun pada saat awal berdirinya sebuah perusahaan sampai sekarang (Wulanningsih dan Agustin, 2020).

Berikut adalah data nilai perusahaan menggunakan indikator PER yang sudah diolah:



Sumber: www.idx.co.id data diolah 2024

Gambar 1. 2
Rata-rata Nilai Perusahaan (PER)

Berdasarkan gambar 1.2 menggambarkan rata-rata nilai perusahaan dari setiap perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama empat periode yaitu tahun 2020-2023, dari gambar tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan dengan indikator PER berfluktuasi dimana mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. PER ini

didapatkan dari perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER dapat digunakan untuk mengetahui apakah harga saham dapat dikatakan *overvalue* atau *undervalue*. Sehingga PER ini dapat dijadikan indikator bagi investor apakah saham tergolong murah atau mahal.

Selain harga saham, faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* sangat krusial untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan juga merupakan upaya untuk memperbaiki citra perusahaan di mata masyarakat dan investor (Ayu et al., 2019).

Pelaporan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan sangatlah penting. Dengan adanya pelaporan, perusahaan dapat mematuhi peraturan yang ada dan hal ini juga mendukung kelangsungan perusahaan, terutama dalam menarik investasi jangka panjang. *Sustainability Report* atau laporan keberlanjutan diartikan sebagai laporan non keuangan yang diungkapkan oleh organisasi atau perusahaan yang memuat informasi tentang dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dihasilkan sehubungan dengan aktivitas bisnis perusahaan (Angela dan Meiden, 2021)

Berikut adalah data perbandingan berapa banyak perusahaan yang melakukan penerbitan *Annual Report* dan *sustainability report* pada perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman tahun 2020-2023.



Sumber: www.idx.co.id data diolah 2024

Gambar 1.3
Perbandingan Pengungkapan *Annual Report* dan *Sustainability Report*

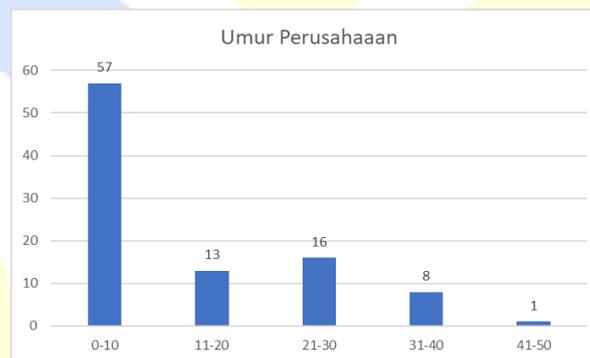
Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa masih banyak yang belum melakukan pengungkapan secara khusus kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada *sustainability Report* atau laporan keberlanjutan. Melalui *sustainability report* ini, perusahaan menunjukkan komitmennya dalam mewujudkan *Sustainability*. Penyampaian informasi *Corporate Social Responsibility* melalui pengungkapan *sustainability report* merupakan nilai tambah bagi perusahaan dalam mengukur dan menilai kinerjanya berdasarkan harapan dan persyaratan yang ada dalam masyarakat.

Pelaksanaan dari *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan secara tidak langsung juga merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat, sehingga masyarakat atau konsumen dapat mengenal lebih perusahaan dengan diberlakukannya kegiatan *Corporate Social Responsibility* ini. Hal ini karena masyarakat atau konsumen akan lebih dapat mengenal perusahaan yang selalu memberikan kegiatan yang positif bagi lingkungan sekitar.

Selanjutnya adalah umur perusahaan, didefinisikan bahwa umur perusahaan merupakan periode yang mencakup waktu sejak pendiriannya hingga saat ini, tanpa

adanya batasan tertentu pada masa operasionalnya (Hamdani, Efni dan Indrawati, 2020). Selain itu, umur perusahaan juga mencerminkan pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dalam bertahan di pasar. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perusahaan yang telah beroperasi lebih lama memiliki lebih banyak informasi dan pengetahuan dibandingkan dengan perusahaan yang baru saja didirikan. (Fahri, Sumarlin dan Jannah, 2022)

Berikut adalah umur perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman pada tahun 2020-2023.



Sumber: www.idx.co.id data diolah 2024

Gambar 1.4
Umur Perusahaan

Namun jika di lihat dari gambar 1.4, bahwa mayoritas perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman memiliki umur direntang 0-10 tahun. Sedangkan perusahaan yang bisa bertahan dan memiliki umur diatas 30 tahun hanya berjumlah 8 perusahaan, dan hanya ada 1 perusahaan yang memiliki umur lebih dari 40 tahun. Hal ini bisa disimpulkan bahwa terdapat beberapa perusahaan yang baru mendaftarkan sahamnya untuk diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, atau menunjukkan bahwa perusahaan dalam sub sektor makanan dan minuman tidak dapat bertahan lama, hal ini karena adanya tantangan besar yang dihadapi dalam

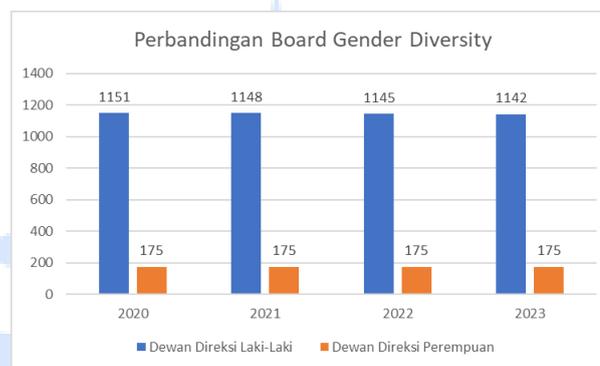
industri ini, seperti persaingan yang ketat dan perubahan selera konsumen. Sedangkan, umur perusahaan yang lebih lama menunjukkan bahwa perusahaan mampu bertahan dalam dunia saat ini, bertahan dalam persaingan bisnis, dan memanfaatkan peluang bisnis yang tersedia dalam perekonomian (Devtari Bella dan Budiantoro, 2023).

Semakin lama umur perusahaan maka semakin dikenal dan diakui oleh masyarakat, apalagi jika perusahaan tersebut melahirkan produk yang berkualitas tinggi. Umur perusahaan juga memberikan gambaran tentang pengalaman perusahaan-perusahaan yang dapat bertahan (Isbanah, 2018).

Indikator berikutnya yaitu *Board Gender Diversity* atau keberagaman *gender*. *Diversitas gender* yang berarti keberagaman *gender*. Keberagaman *gender* disini berarti perbedaan jenis kelamin yang didasari dengan budaya, dimana laki-laki dan perempuan dibedakan akan perannya yang disesuaikan oleh budaya setempat yang berkaitan dengan sifat, kedudukan, dan posisi dalam masyarakat tertentu.

Akhir-akhir ini isu dan golongan feminisme banyak menyuarakan kesetaraan *gender* antara laki-laki dan perempuan. Apalagi di tengah budaya patriarki yang masih kental di Indonesia (Sari, Atmaja dan Hirawati, 2022). Di Indonesia masih banyak yang beranggapan bahwa laki-laki lebih pantas menduduki jabatan kepemimpinan dalam suatu perusahaan dibanding perempuan. Disisi lain di tengah upaya Indonesia untuk mendorong keterlibatan perempuan dalam manajemen puncak, terdapat tantangan yaitu perempuan memiliki peranan ganda baik sebagai wanita karir maupun seorang ibu yang harus mengurus keluarganya. Hal ini dapat dibuktikan dengan perbandingan pria dan wanita yang menduduki jabatan direksi

pada perusahaan. Berikut adalah perbandingan pria dan wanita yang menduduki jabatan direksi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman pada tahun 2020-2023.



Sumber: www.idx.co.id data diolah 2024

Gambar 1.5
Board Gender Diversity

Sesuai dengan gambar 1.5 bahwa terjadi ketimpangan, yang mana adanya ketidakseimbangan *gender* di posisi jabatan dewan direksi pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman tahun 2020-2023. Pada tahun 2020-2023, jumlah wanita yang dapat menduduki posisi dewan direksi memiliki jumlah yang dari tahun ke tahun yaitu 175 posisi, bahwa tidak ada kenaikan jumlah dewan direksi perempuan setiap tahunnya yang mengindikasikan bahwa belum adanya kepercayaan perempuan diberikan tanggung jawab untuk mengisi posisi direksi pada perusahaan.

Secara umum, pria cenderung mendominasi posisi-posisi strategis tersebut. Data menunjukkan bahwa pria lebih sering menempati peran direksi atau posisi eksekutif lainnya, sedangkan perempuan lebih jarang ditemukan di level yang sama. Meskipun tren keberagaman *gender* dalam dunia bisnis mulai mendapatkan

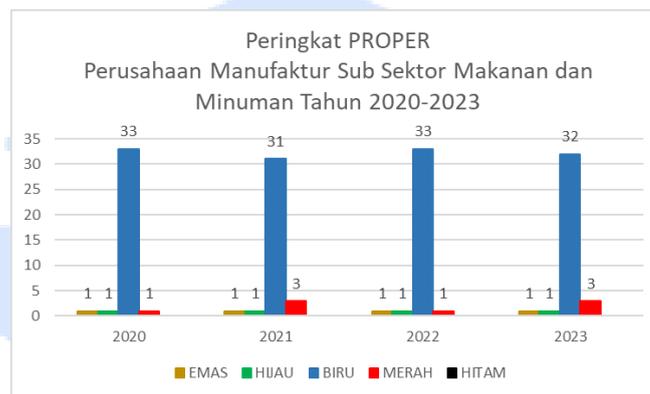
perhatian, data menunjukkan bahwa wanita masih menghadapi tantangan besar untuk mendapatkan posisi kepemimpinan yang setara dengan pria di sektor ini.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor lain yaitu *Green Accounting*. *Green Accounting* menurut Lako (2018) merupakan kegiatan mengidentifikasi, mengukur, mencatat, merangkum, melaporkan, dan mengintegrasikan objek, transaksi atau peristiwa keuangan, dan lingkungan dalam proses akuntansi untuk menghasilkan informasi akuntansi keuangan, sosial dan lingkungan yang lengkap, terintegrasi dan relevan.

Dalam menjalankan bisnis, perusahaan menggunakan sumber daya alam dan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang digunakan oleh masyarakat. Ketika kegiatan operasional dilakukan, perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan di mana mereka berada. Kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan mempunyai dampak positif dan negatif yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi masyarakat sekitar perusahaan. Permasalahan lingkungan yang ada telah membuat masyarakat mulai menyadari pentingnya kelestarian lingkungan untuk kehidupan di masa depan. Karena dengan alasan tersebut, akhir-akhir ini banyak negara sedang gencarnya melaksanakan konsep *green* pada berbagai sektor (Medina Almunawwaroh, S.Mn., 2020).

Saat ini perusahaan telah menaruh perhatian pada pelestarian lingkungan hidup, oleh karena itu banyak perusahaan di Indonesia mulai bergabung untuk mengikuti kegiatan Program Penilaian Peringkat Kerja Perusahaan (PROPER) yang dibawah naungan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. PROPER adalah salah satu peraturan yang dilaksanakan guna meningkatkan pengendalian

lingkungan pada perusahaan. Program PROPER ini dapat menjadi bentuk keterbukaan serta komitmen perusahaan dalam menjalankan pengendalian lingkungan. Berikut adalah peringkat PROPER yang didapatkan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman pada tahun 2020-2023.



Sumber: <https://proper.menlhk.go.id> .

Gambar 1. 6 Peringkat PROPER

Dalam periode pemeringkatan PROPER 2020-2023, peringkat biru menjadi yang terbanyak, menggambarkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang semakin kuat. Sedangkan hanya ada satu perusahaan yang mendapatkan peringkat hijau dan emas setiap tahunnya. Dominasi peringkat biru memberikan gambaran yang lebih optimis terhadap masa depan lingkungan hidup, dengan harapan bahwa lebih banyak perusahaan akan terdorong untuk mencapai peringkat yang lebih tinggi lagi di tahun-tahun mendatang.

Banyak perusahaan yang telah berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasi mereka. Pencapaian ini tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan, namun juga menandakan bahwa semakin banyak perusahaan yang mulai melihat pengelolaan lingkungan Hal ini juga

memperlihatkan sinyal positif dalam kesadaran industri akan pentingnya mengutamakan prinsip *green accounting* pada perusahaan.

Terdapat *Research Gap* pada beberapa penelitian. Penelitian Karina dan Setiadi (2020) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, Handayani dan Nuzula (2016) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Fahri, Sumarlin dan Jannah (2022) menunjukkan bahwa Umur Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Salsa dan Nugraha (2022) yang mengatakan bahwa Umur Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Ramdhania, Yulia dan Leon (2020) menunjukkan bahwa *Board Gender Diversity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra, Ahmad dan Kurnianti (2023) yang mengatakan bahwa *Board Gender Diversity* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Lestari dan Khomsiyah (2023) menunjukkan bahwa *Green Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sapulette dan Limba (2021) yang menyatakan bahwa *Green Accounting* berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Umur Perusahaan, *Gender Diversity*, dan *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman. Peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Umur Perusahaan, *Board Gender Diversity*, dan *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2020- 2023)”**.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan latar belakang permasalahan yang ditentukan sebagai berikut:

1. Objek pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023.
2. Variabel Independen pada penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility* (X_1), Umur Perusahaan (X_2), *Gender Diversity* (X_3), dan *Green Accounting* (X_4). Variabel Dependen pada penelitian ini yaitu terhadap pada Nilai Perusahaan (Y).
3. Periode penelitian ini yaitu empat (4) tahun terakhir pada tahun 2020 sampai 2023.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, mengenai perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu

1. Rata-rata harga saham pada 2020 berada pada nilai Rp 1723.081, namun pada tahun 2021 mengalami penurunan senilai Rp 128.405. Selanjutnya pada tahun 2022 terjadi penurunan senilai Rp 122.014, dan pada tahun 2023 rata-rata harga saham mengalami penurunan kembali sebesar Rp 177.547. Dengan penurunan harga saham sesuai pada gambar 1.1, memberikan dampak pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman ikut mengalami fluktuasi.
2. Pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman masih banyak yang belum melakukan pengungkapan secara khusus kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada *sustainability report* atau laporan keberlanjutan. Dengan penyampaian informasi *Corporate Social Responsibility* melalui *sustainability report* merupakan nilai tambah bagi perusahaan dalam mengukur dan menilai kinerjanya berdasar harapan dan persyaratan yang ada dalam masyarakat.
3. Umur Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman memiliki keaneragaman. Namun, mayoritas perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman memiliki umur dibawah 10 tahun. Sedangkan perusahaan yang bisa bertahan dan memiliki umur diatas 40 tahun hanya ada satu perusahaan. Hal ini bisa disimpulkan bahwa terdapat beberapa perusahaan yang baru mendaftarkan sahamnya untuk diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, atau menunjukkan adanya persaingan yang ketat pada industry ini.

4. Di Indonesia masih banyak yang beranggapan bahwa laki-laki lebih pantas menduduki jabatan kepemimpinan dalam suatu perusahaan dibanding perempuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan perbandingan pria dan wanita yang menduduki jabatan direksi pada perusahaan. Dimana terjadi ketimpangan, adanya ketidakseimbangan *gender* yang cukup signifikan di posisi jabatan dewan direksi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tahun 2020-2023. Pada tahun 2020-2023, jumlah wanita yang dapat menduduki posisi dewan direksi memiliki jumlah yang sama dari tahun ke tahun yaitu 175 posisi.
5. Peningkatan PROPER pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2020-2023, peringkat biru menjadi yang terbanyak, menggambarkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang semakin kuat. Sedangkan hanya ada satu perusahaan yang mendapatkan peringkat hijau dan emas setiap tahunnya. Dominasi peringkat biru memberikan gambaran yang lebih optimis terhadap masa depan lingkungan hidup, dengan harapan bahwa lebih banyak perusahaan akan terdorong untuk mencapai peringkat yang lebih tinggi lagi di tahun-tahun mendatang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023

2. Bagaimana umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023.
3. Bagaimana *board gender diversity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023.
4. Bagaimana *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023.
5. Bagaimana *Corporate Social Responsibility*, umur perusahaan, *board Gender diversity*, dan *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh umur perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023.

3. Untuk menguji dan menganalisis *board gender diversity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023.
4. Untuk menguji dan menganalisis *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023.
5. Untuk menguji dan menganalisis *corporate social responsibility*, *umur perusahaan*, *board gender diversity* dan *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak terkait diantaranya adalah:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan manfaat dan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan dan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti di masa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan dalam memutuskan keputusan perihal sebagai berikut :

- a. Perusahaan dapat memutuskan untuk meningkatkan program *Corporate Social Responsibility* untuk lebih berdampak positif pada masyarakat dan lingkungan, yang mana akan meningkatkan citra perusahaan dan menarik konsumen yang peduli dengan isu sosial dan lingkungan.
 - b. Perusahaan diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada dan menghadapi tantangan, hal ini agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan dan memiliki umur perusahaan yang panjang.
 - c. Perusahaan dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan tata kelola perusahaan dengan memastikan dewan direksi yang lebih beragam, keputusan ini bisa meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan mendorong inovasi.
 - d. Perusahaan dapat meningkatkan sistem pelaporan dan akuntansi lingkungan yang lebih transparan untuk menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan.
2. Bagi Calon Investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan investasi bagi para investor yang ingin menanamkan sahamnya pada perusahaan manufaktur di sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan kesempatan kepada penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh *Corporate Social*

Responsibility, umur perusahaan, *board gender diversity* dan *green accounting* terhadap nilai perusahaan.

