

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Era modernisasi membuat persaingan perilaku industri semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk semakin berinovasi dalam menjalankan kegiatan industrinya, oleh karena itu perusahaan butuh melakukan evaluasi terkait nilai perusahaan guna mempertahankan keberlangsungan perusahaannya. Nilai perusahaan merupakan kinerja suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham yang dibentuk oleh penawaran dan permintaan di pasar modal, serta mencerminkan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi kekayaan pemegang sahamnya. Untuk mencapai nilai perusahaan, investor sering kali mempercayakan manajemen kepada ahlinya (Arlita et al., 2023). Nilai perusahaan berhubungan dengan laba dan peningkatan harga saham, serta naik turunnya kondisi pangsa pasar yang secara otomatis berkaitan dengan laju pertumbuhan dan nilai perusahaan (Rahmantari, 2021). Semakin berkembangnya perusahaan maka tingkat tanggung jawabnya akan semakin meningkat seperti tanggung jawab atas kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas yang tidak terkendali. Perusahaan melibatkan berbagai sumber daya yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan (Dzikir, 2020).

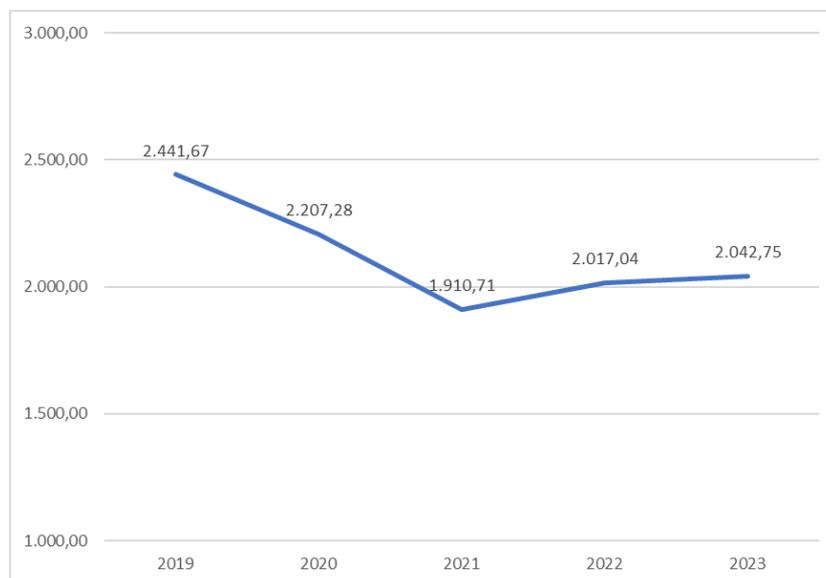
Menurut (Bella Angraini & Murtanto, 2023), pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, namun terdapat konflik di balik tujuan tersebut. Jika perusahaan dapat berjalan dengan lancar, maka nilai saham perusahaan tersebut akan meningkat, dari hal tersebut dapat di simpulkan bahwa nilai kepemilikan saham merupakan indeks yang cocok untuk mengukur kinerja perusahaan. Suatu perusahaan juga dapat dikatakan bernilai, apabila kinerja perusahaan tersebut juga baik. Nilai perusahaan dapat dinilai dari harga sahamnya, jika saham perusahaan tinggi maka dapat dikatakan perusahaan tersebut juga baik.

Karena tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan menambahkan jumlah pemegang saham.

Bagi pemegang saham, nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan suatu dampak yang bagus di mana dengan tingginya nilai perusahaan akan berdampak baik pada harga saham perusahaan di pasar saham. Apabila harga saham perusahaan di pasar saham meningkat, maka semakin tinggi kemakmuran yang didapat oleh pemegang saham. Ditengah persaingan global yang semakin ketat setiap perusahaan berupaya dalam berbagai sektor untuk menarik minat para investor dalam melakukan investasi pada perusahaan mereka. Oleh sebab itu, nilai perusahaan menjadi penting bagi investor untuk menilai kinerja perusahaan saat ini dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Semakin banyaknya perusahaan yang tumbuh dan bergerak maju, maka saat itu pula kerusakan lingkungan serta kesenjangan sosial di sekitarnya dapat terjadi, oleh itu pula muncul untuk kesadaran mengurangi dampak negatifnya (Rohmawan et al., 2021). Menurut situs resmi WALHI (Wahana Lingkungan Hidup Indonesia), kondisi lingkungan di Indonesia saat ini sedang tidak baik-baik saja. Salah satu sumber permasalahan lingkungan saat ini adalah perusahaan, dimana hanya mementingkan keuntungan yang didapatkan sehingga tidak memperhatikan beberapa aspek salah satunya aspek lingkungan yang dapat menimbulkan permasalahan. Hal tersebut dapat mempengaruhi citra perusahaan, apabila citra perusahaan buruk, maka loyalitas konsumen akan menurun yang mengakibatkan konsumen beralih kepada perusahaan yang memiliki citra yang lebih baik. Hal tersebut mengakibatkan profitabilitas perusahaan menurun dan juga sebaliknya. Mekanisme dari itu perusahaan perlu untuk memperhatikan citra yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, Perusahaan yang dapat mempertahankan konsistensi dalam meningkatkan nilai perusahaan berarti dinilai menarik oleh investor sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Bagi perusahaan yang sudah *go public*, nilai perusahaan dapat ditentukan oleh harga saham yang tercantum di Bursa Efek Indonesia. Semakin tingginya harga saham pada sebuah perusahaan maka nilai perusahaan juga akan semakin

tinggi, jika nilai perusahaan tinggi, maka akan menarik minat calon investor. Menurut (Hermawan et al., 2023), nilai perusahaan dapat diukur dari berbagai aspek salah satunya melalui harga pasar saham perusahaan. Nilai perusahaan dapat menunjukkan suatu kondisi perusahaan. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut dan sebaliknya. Peningkatan dan penurunan harga saham dapat diketahui dengan melihat rata-rata harga saham penutupan dari perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



**Gambar 1.1 Grafik Rata-Rata Harga Saham**

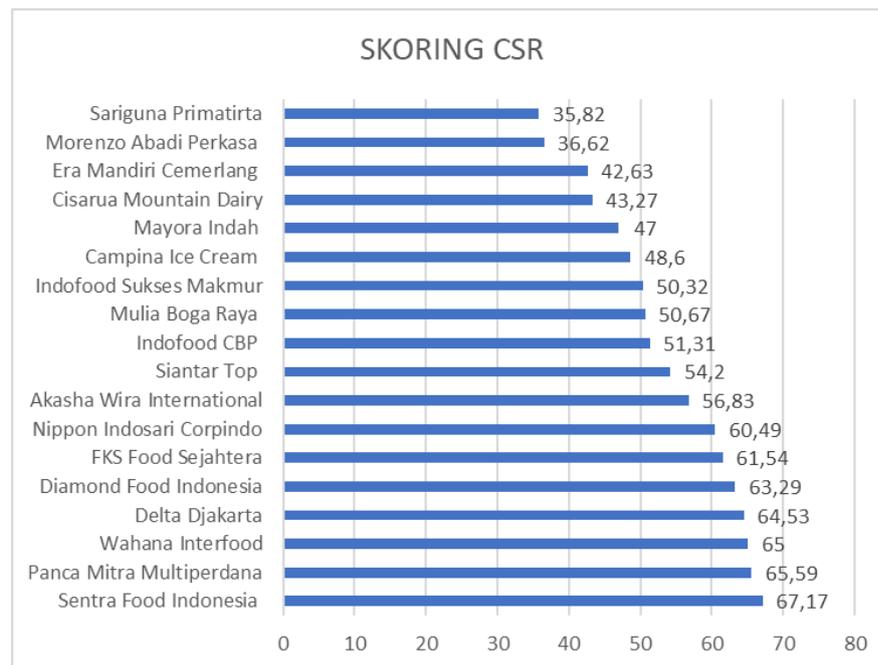
Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang dilihat dari rata-rata harga saham perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman mengalami fluktuasi dari tahun 2019-2023, dimana rata-rata harga saham perusahaan tersebut melemah dan mengalami penurunan dan peningkatan. Penurunan disetiap tahunnya sebanyak 4% dimana harga saham pada tahun 2019 sebesar Rp 2.441 dan pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu pada tahun 2020 turun sebesar -10% dan tahun 2021 sebesar -13% dimana perusahaan yang mengalami penurunan yaitu perusahaan PT tiga pilar

sejahtera food Tbk sebesar -51%, Wahana Interfood Nusantara Tbk -59% dan Prima Cakrawala Abadi Tbk sebesar -49%. Pada tahun berikut mengalami peningkatan sebesar 6% pada tahun 2022 dan pada tahun 2023 meningkat sebesar 1%. Penurunan rata-rata harga saham dapat menggambarkan keadaan perusahaan yang kurang optimal, keadaan tersebut dapat menyebabkan kerugian bagi para investor.

Masih banyak terjadinya berbagai kasus pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh rendahnya kualitas tanggung jawab sosial dan lingkungan serta rendahnya tingkat pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Beberapa diantaranya yaitu kasus pencemaran lingkungan oleh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman, yaitu oleh PT Sekar Laut Tbk. Pada tahun 2017, Dimana ratusan warga yang tergabung dalam gerakan Anak Sidoarjo Setia (GANASS) memprotes pencemaran limbah yang dibuang ke sungai, oleh PT Sekar Laut Grup. Masyarakat juga menutup saluran dengan semen menggunakan satu unit truk molen ([www.news.detik.com](http://www.news.detik.com)). Selain itu di tahun 2019, PT Indofood Tbk di Medan tersandung kasus pencemaran lingkungan dari sisa produksi mi instan ataupun mi instan yang sudah tidak terpakai lagi dan ditemukan limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) yang tercecer di lingkungan pabrik ([www.mediaindonesia.com](http://www.mediaindonesia.com)).

Kasus tersebut menyoroti pelanggaran serius di mana perusahaan tidak mematuhi prinsip-prinsip dari tanggung jawab sosial perusahaan, sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh operasional perusahaan menciptakan berbagai dampak sosial yang merugikan bagi masyarakat sekitar, terhadap meningkatnya risiko bencana alam dan hilangnya mata pencaharian. Dampak negatif dari kasus ini menunjukkan bahwa kegagalan perusahaan dalam mengelola dampak operasional perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, serta menunjukkan bahwa pentingnya pelaksanaan CSR yang baik dan benar. CSR bukan hanya tentang mematuhi hukum, tetapi juga tentang komitmen perusahaan dalam menciptakan dampak positif bagi semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan. Sehingga CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena tersebut membuktikan bahwa kerusakan lingkungan yang disebabkan dari operasional perusahaan baik yang disengaja maupun tidak, secara tidak langsung memberikan dampak bagi perusahaan dan memberikan dampak negatif kepada masyarakat sekitar. Dapat dilihat tabel dibawah menunjukkan skor Indeks Perusahaan Berkelanjutan pada Sektor Industri Makanan & Minuman di Indonesia.



**Gambar 1.2 Skor Indeks Perusahaan Berkelanjutan pada Sektor Industri Makanan & Minuman di Indonesia (Juni 2022)**

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa Skor Indeks Perusahaan Berkelanjutan pada Sektor Industri Makanan & Minuman di Indonesia (Juni 2022), rata-rata dari skor tersebut berada dinilai 53,60 dari 18 perusahaan sembilan perusahaan masih jauh dari hasil yang diharapkan karena berada dibawah rata-rata nilai skor. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketidak seriusan perusahaan dalam kegiatan CSR. apabila perusahaan tidak memperhatikan seluruh faktor yang mempengaruhinya, maka tindakan itu akan mengakhiri eksistensi perusahaan itu sendiri. Apabila eksistensi perusahaan turun maka dapat menimbulkan penurunan nilai perusahaan dimata investor, bahkan kegiatan operasional dari perusahaan dapat berhenti.

*Corporate Social Responsibility* dapat diartikan sebagai kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, mengambil keputusan dan melaksanakan tindakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat. Namun ada juga yang berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya. Terdapat beberapa pendapat dalam memberi makna konsep CSR. Menurut (Rahmawati, 2021), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah konsep tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan berupaya menyeimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertujuan untuk mendorong dunia usaha agar lebih mengembangkan kegiatan perusahaannya dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi Masyarakat.

*Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep yang menggambarkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan di dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Seiring dengan semakin tingginya kesadaran publik terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, perusahaan-perusahaan juga semakin memperhatikan aspek-aspek *Corporate Social Responsibility* dalam aktivitas bisnisnya. Dalam konteks bisnis, *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai suatu strategi untuk memperbaiki citra perusahaan dan meningkatkan hubungan dengan *stakeholder*. Program *Corporate Social Responsibility* yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membantu perusahaan mempertahankan pangsa pasar.

Secara tegas pemerintah telah mengeluarkan peraturan dan pernyataan mengenai *Corporate Social Responsibility* saat ini, bukan hanya bersifat sukarela yang dilakukan perusahaan untuk dipertanggung jawabkan, melainkan bersifat wajib. Hal tersebut diatur dalam Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 1 ayat 3 menjelaskan mengenai tanggung jawab

sosial dan lingkungan merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseoran sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Dengan adanya undang-undang ini, maka perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam dan yang berkaitan dengan sumber daya alam, khususnya perseroan terbatas, wajib memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat.

Meningkatnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya profitabilitas (Atmikasari et al., 2020); (Niyas & Kavida, 2022). Bagi investor dalam mengambil sebuah keputusan investasi, profitabilitas menjadi pertimbangan yang cukup penting (Priscilla & Salim, 2019); (Rustan, 2022). Perusahaan yang profitabilitasnya tinggi menunjukkan nilai perusahaan yang meningkat. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki (Wahyuni et al., 2019). Setiap perusahaan selalu berusaha dalam meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup badan usaha akan lebih terjamin (Budiasih et al., 2023). Selain itu, profitabilitas mencerminkan keadaan posisi keuangan perusahaan, serta hal ini menjadi perhatian utama investor dalam mengukur laba atas investasi yang dilakukan (Suliastawan & Purnawati,

Menurut (Suharto & Gama, 2022) Profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan kinerja perusahaan. Semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan dalam menggunakan aset, sedangkan menurut (Rizaldi et al., 2019) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen, tingkat profitabilitas dan menggambarkan posisi laba perusahaan.

Dari sudut pandang para investor, salah satu indikator penting untuk melihat prospek perusahaan di masa mendatang adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan Profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Sigit Hermawana, Yunita Afita Sarib, Sarwenda Biduric, Duwi Rahayud, Ruci Arizanda Rahayu (2023). Dengan judul *Corporate Social Responsibility, Firm Value, And Profitability: Evidence From Pharmaceutical Companies In Indonesia And Malaysia*.

Hasil penelitian mengenai pengaruh *Coporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil yang tidak konsisten, beberapa penelitian menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Dzikir, 2020; Rinofah et al., 2023; Rohmawan et al., 2021; Yolanda, 2022) dan beberapa menunjukkan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Hutagalung & Putra, n.d.; Mustofa & Suaidah, n.d.; Nuryana & Bhebehe, 2019; Suhartoko & Perwiro, n.d.).

Berdasarkan temuan penelitian terdahulu terkait dengan CSR dan nilai perusahaan menunjukkan hasil yang belum konsisten, Perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu pada objek penelitian dimana penulis mengambil objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian, karena perusahaan-perusahaan tersebut memproduksi bahan baku yang dapat merusak lingkungan dan perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan memenuhi segala aspek pada pengungkapan CSR. Umumnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur.

Atas dasar hal di atas, maka penelitian ini penting untuk diteliti pada sektor manufaktur guna melihat sejauh mana pengungkapan sosial (CSR) mampu mempengaruhi pandangan stakeholder tentang nilai perusahaan dan CSR penting bagi perusahaan manufaktur karena persepsi publik terhadap citra perusahaan kemungkinan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu, perusahaan di sektor ini perlu mengungkapkan kepada pemangku kepentingannya terkait bentuk tanggung jawab sosialnya, sebagaimana diatur dalam UU PT dan diharapkan untuk meningkatkan komitmen perusahaan terhadap pengungkapan lingkungan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam suatu kajian ilmiah yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi”**.

## **1.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.2.1 Ruang Lingkup Subjek**

Subjek dalam penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility (CSR), nilai perusahaan dan Profitabilitas.

### **1.2.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

### **1.2.3 Ruang lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari laman web [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### **1.2.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu yang ditentukan untuk melaksanakan penelitian ini pada bulan September 2023 sampai dengan selesai.

### **1.2.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan**

Ruang lingkup ilmu pengetahuan dalam penelitian ini adalah Manajemen keuangan yang meliputi *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan dan Profitabilitas.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang nilai perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat untuk lebih memahami serta mengaplikasikan teori yang diperoleh sehingga dapat mengidentifikasi nilai perusahaan berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi masukan serta referensi bagi perusahaan secara umum dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

## 2. Bagi Investor

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam proses pengambilan keputusan investasi terkait kontribusi perusahaan sehingga bisa menjadikan pertimbangan dalam berinvestasi pada perusahaan mana yang akan mereka pilih.

## 3. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi ilmu pengetahuan terutama pada bidang yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan dan penerapannya dalam kasus-kasus yang terjadi.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan memberikan gambaran secara garis besar mengenai pembahasan dalam penelitian ini dengan sistematika penulisan yang terdiri dari berbagai bab yaitu sebagai berikut:

#### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang permasalahan, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **Bab II Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang teori – teori yang mendukung tentang penelitian yang akan dilakukan penulis, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang berhubungan dengan penulisan penelitian ini.

#### **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi variabel, metode analisa data, serta pengujian hipotesis.

#### **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini menguraikan mengenai gambaran secara umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan.

#### **Bab V Simpulan dan Saran**

Bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil analisis, saran dan keterbatasan dari penelitian ini.

#### **Daftar Pustaka**

Pada bagian ini berisi daftar buku, jurnal ilmiah, serta bahan-bahan penelitian lain yang menjadi referensi dalam pembahasan penelitian ini.

#### **Lampiran**

Pada bagian lampiran ini berisi data yang dapat mendukung atau juga dapat memperjelas pembahasan dan uraian yang dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya yang dapat berupa table maupun gambar.