

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, dalam dunia bisnis ditandai dengan banyaknya perusahaan yang mulai mengembangkan usahanya, perusahaan itu sendiri didefinisikan sebagai suatu organisasi yang didirikan perorangan, sekelompok orang atau badan lain. Telah banyak perusahaan-perusahaan yang berdiri di Indonesia. Perusahaan sebagai suatu entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan, baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Pada umumnya tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Iqbal *et al.*, 2011). Tujuan utama perusahaan berdiri adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Bila harga saham meningkat, berarti nilai perusahaan meningkat dan kesejahteraan pemilik meningkat.

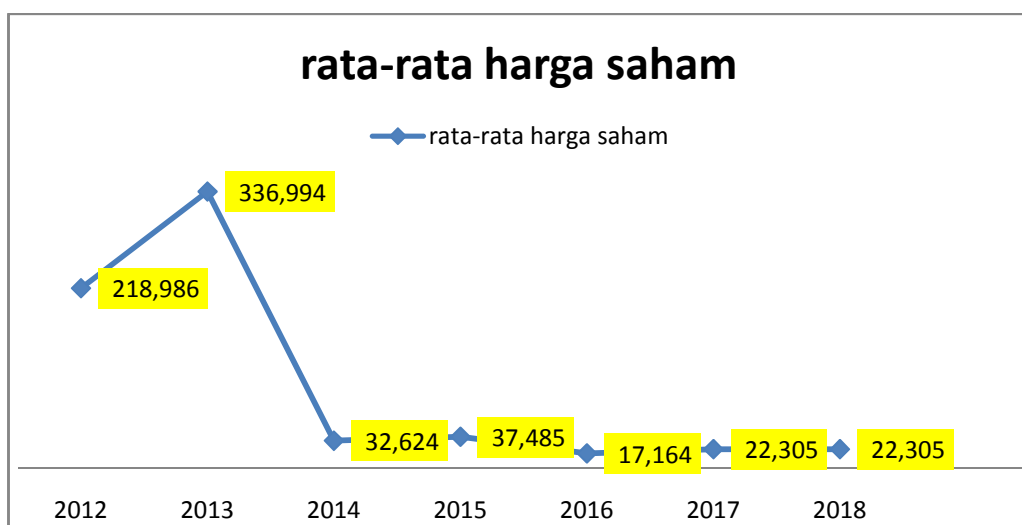
Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar pula kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Husnan dan Pudjiastuti, 2012). Bagi perusahaan yang sudah *go public* maka nilai pasar ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa yang tercermin dalam *listing price*. Berbeda halnya dengan perusahaan publik, yang nilai pasar ditetapkan oleh lembaga independen seperti perusahaan jasa penilai.

Pada umumnya setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada para calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi melalui pihak manajemen, pihak manajemen diharapkan mampu memberikan sinyal positif terhadap para calon investor. Apabila pihak manajemen tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, maka nilai perusahaan dapat berada di atas atau di bawah nilai yang sebenarnya.

Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan itu sendiri. Jika harga saham suatu perusahaan tinggi, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan

tersebut. Harga saham perusahaan rokok dan miras di Bursa Efek Indonesia (BEI) diperkirakan masih berfluktuasi seiring dengan pengumuman pemerintah terkait kenaikan rata-rata cukai, karena salah satu penerimaan Negara adalah dari cukai. Tujuan pemerintah mengenakan cukai terhadap hasil tembakau (rokok) dan minuman mengandung etil alkohol (miras) adalah untuk mengendalikan bahkan untuk mengurangi konsumsi suatu barang. ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com))

Berikut merupakan rata-rata harga saham perusahaan industri barang konsumsi selama 7 (tujuh) tahun terakhir 2012-2018 :



Sumber : Data diolah, 2020

**Gambar 1.1 Rata-rata Harga Saham Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2012-2018**

Berdasarkan gambar 1.1, diketahui bahwa pergerakan rata-rata harga saham perusahaan Industri Barang Konsumsi sangat berfluktuasi, dengan rata-rata harga saham terendah sebesar Rp. 17.164 yang diperoleh pada tahun 2016. Penurunan saham-saham emiten rokok disinyalir terkait dengan adanya kenaikan cukai rokok pada tahun 2016 dengan rata-rata naik 11,19% mulai 1 Jan 2016, selain emiten rokok pada tahun yang sama emiten miras mengalami kenaikan cukai Minuman Mengandung Etil Alkohol (MMEA) dan Etil Alkohol (EA) dengan rata-rata naik 11,66%. Kenaikan tarif cukai rokok dan miras karena pemerintah bertujuan mengejar target penerimaan Negara dari cukai dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2016 sebesar Rp. 146,4 triliun, dengan rincian

penerimaan cukai dari emiten Minuman Mengandung Etil Alkohol (MMEA) Rp. 4,6 triliun, cukai Etil Alkohol (EA) Rp. 270 miliar dan cukai rokok Rp. 141,7 triliun ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)), kenaikan tarif cukai tembakau/rokok dan miras dapat menekan tingkat konsumsi di masyarakat, karena karakteristik tarif cukai dikenakan untuk setiap produk yang berdampak pada kesehatan.

Selain itu, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kementerian Keuangan memastikan penerimaan kepabeanan dan cukai telah melampaui target yang sudah ditetapkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2019 pada hari, Selasa 31 Desember 2019, telah mencapai lebih dari 100%, serta cukai rokok dan minuman alcohol pada tahun 2019 ini sebesar Rp. 208,82 triliun. ([www.vivanews.com](http://www.vivanews.com))

Disamping kenaikan tarif cukai yang menyebabkan harga saham turun pada tahun 2016, terdapat isu terkait kesehatan dan dampak terhadap lingkungan pada perusahaan rokok, dan minuman keras, antara lain :

Merokok merupakan kegiatan yang membahayakan bagi kesehatan tubuh, baik perokok aktif maupun perokok pasif. Rokok mempunyai zat adiksi yang tergolong besar dan didalamnya terdapat kandungan kurang lebih 4000 elemen, dimana 200 elemen didalamnya dapat membahayakan kesehatan tubuh. Merokok adalah salah satu penyebab kematian yang cukup besar di dunia.



Sumber: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia & WHO

Gambar 1.2 Persentase kematian akibat konsumsi rokok tahun 2014 & 2015

Berdasarkan gambar 1.2, menurut Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) setiap menit, hampir 11 juta batang rokok dihisap di dunia dan 10 orang meninggal karenanya. Data *World Health Organization Global Report* tahun 2014 mengatakan bahwa terjadi 68% kematian akibat penyakit tidak menular (PTM). Kematian karena gangguan pernapasan menyumbang 10,7% dari seluruh perubahan penyebab kematian, karena sekali seseorang merokok maka efeknya sangat buruk bagi tubuh diantaranya yaitu serangan jantung, kanker paru-paru, asma, infeksi paru-paru, kanker mulut, kanker tenggorokan, stroke, demensia, disfungsi ereksi (*impoten*), dan sebagainya. (<https://news.detik.com/>)

Salah satu efek paling berbahaya akibat merokok adalah kanker paru-paru. Bahan-bahan kimia dalam rokok berpotensi merusak sel-sel pada paru-paru yang bisa membentuk sel kanker. Penyakit serius lainnya yang bisa mengancam adalah bronkitis, pneumonia, dan emfisema. Untuk penggunaan jangka panjang, rokok dapat menyebabkan osteoporosis karena racun pada rokok bisa merusak tulang dengan cara menghentikan kerja sel-sel konstruksi. Lebih dari 2.677.000 anak dan 53.767.000 orang dewasa mengkonsumsi tembakau tiap hari di Indonesia. Perokok pria sebesar 57,1%, wanita 3,6%, dan perokok di bawah umur 41% (*The Tobacco Atlas, 2015*). ([www.femina.co.id](http://www.femina.co.id))

Indonesia adalah negara dengan jumlah perokok remaja tertinggi di dunia. Sebanyak 3 dari 5 anak di Indonesia tertarik untuk merokok karena secara bebas membelinya di rokok, warung, atau pasar swalayan, sehingga 20% dari total seluruh pelajar SMP di Indonesia yang berusia antara 13-15 tahun sudah merokok. (WHO dalam *Global Youth Tobacco Survey, 2014*). Selain itu, jumlah kematian akibat konsumsi tembakau menjadi 240.618 orang per tahun, atau 13,9% kematian pada tahun 2015, wanita, anak-anak, dan balita merupakan kelompok yang paling banyak terpapar asap rokok dalam rumah. Jumlah perokok pasif di Indonesia 96 juta jiwa, yaitu 54% wanita dan 56% balita usia 0-4 tahun. (Pusat data dan Informasi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2015). ([www.femina.co.id](http://www.femina.co.id))

Selain merusak kesehatan, dampak dari rokok jenis filter sangat merusak lingkungan. Mulai dari kemasan, asap, puntung, hingga abunya. Puntung rokok merupakan sampah terbanyak di Indonesia. Sampah jenis tembakau ditemukan di mana-mana, sehingga membahayakan lingkungan dan komunitas makhluk hidup secara signifikan. Para peneliti tersebut menyarankan, bahwa merokok di dalam ruangan juga bisa menimbulkan masalah. Jenis sampah ini secara harfiah beracun bagi lingkungan. Bahan kimia yang ada dalam rokok seperti nikonik, arsenik, dan etil fenol akan meresap ke dalam air asin dan tawar yang sangat berbahaya untuk mikro organisme dalam air dan ikan. Bahkan kemasan rokok juga menimbulkan risiko. Plastik rokok filter yang mengandung asetat selulosa tipe plastik membutuhkan 12 tahun untuk terurai. Residu bahan kimia di dalamnya juga dapat meracuni ikan dan biota laut. (*International Journal of Environmental Research and Public Health, Coastal Clean Up* 2016). (<https://nationalgeographic.grid.id/>)

Minuman keras merupakan minuman yang mengandung alkohol yang dapat menyebabkan penurunan kesadaran dan jika dikonsumsi secara terus menerus dapat menimbulkan efek samping gangguan mental organik (GMO). Terdapat beberapa bahaya akibat mengkonsumsi alkohol secara berlebihan, antara lain: Merusak hati, rentan terkena pankreatitis, mengalami masalah sistem pencernaan, menurunkan fungsi otak, risiko terkena penyakit jantung, meningkatkan risiko kanker, dan lain sebagainya. ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com))



Sumber: Lokadata oleh Beritaga.id

**Gambar 1.3 Jumlah orang meninggal akibat miras tahun 2018**

Berdasarkan gambar 1.3, diketahui bahwa terdapat korban meninggal akibat minuman keras di setiap daerah, serta terjadi korban meninggal paling banyak di daerah Jawa Barat sebesar 88 orang dan DKI Jakarta sebesar 21 orang. Kesulitan mendapatkan data akurat, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) bahkan memperkirakan Indonesia mengkonsumsi lima kali lebih banyak minuman beralkohol tidak tercatat dari pada konsumsi minuman beralkohol legal; dari tempat berizin. (<https://beritagar.id/>)

Selain kesehatan adapun dampak lingkungan yang disebabkan oleh minuman keras/alkohol yaitu proses pengemasan, penyimpanan dan pendinginan minuman beralkohol adalah bagian terburuk. Semua mata rantai pembuatan alkohol, dari pembuangan kemasan, pengangkutan, penyimpanan dan pendinginan alkohol menjadi penyebab terbesar kerusakan lingkungan. Uji coba yang dilakukan oleh *Carbon Trust* dan *Carlsberg* berhasil menyimpulkan bahwa secara fakta kemasan saja sudah menyumbang 40 persen dari total jejak karbon rata-rata produksi bir. Jumlahnya dua kali lipat dari yang dikaitkan dengan pertanian, sebesar 17 persen, yang kemudian diikuti oleh emisi dari pabrik dan distribusi, masing-masing sebesar 14 persen; pendinginan 9 persen; dan proses malting dan pengolahan biji-bijian sebesar 6 persen. Semakin tinggi kandungan alkoholnya, maka semakin tinggi pula jejak karbonnya per liter. Pembuatan jenis alkohol tertentu juga sangat berkaitan dengan masalah limbah yang sangat spesifik. Limbahnya bersifat asam dan dapat mencemari tanah dan air jika dibuang sembarangan. ([www.vice.com](http://www.vice.com))

Pada umumnya, tujuan jangka panjang suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan keuntungan sehingga nilai perusahaan pun akan meningkat. Dalam meningkatkan keuntungan, seringkali perusahaan melupakan pentingnya lingkungan, sehingga banyak terjadinya kasus pengeksploitasian sumber daya alam. Eksploitasi sumber daya alam dapat berdampak pada kerusakan lingkungan, dan dalam jangka panjang dapat mengganggu keseimbangan kehidupan sosial manusia. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah faktor kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan yang baik akan menyebabkan perusahaan banyak mengungkapkan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan (Rakhiemah dan Agustia, 2012). Jika perusahaan tidak

memperhatikan lingkungan dalam jangka panjang, hal itu akan mempengaruhi pertumbuhan nilai perusahaan yang menjadikan nilai perusahaan bertumbuh secara lambat bahkan tidak ada pertumbuhan. Perusahaan perlu melakukan beberapa kegiatan sosial agar perusahaan tetap tumbuh dan berkembang (Rahman dan Widyasari 2008) dalam (Auliya dan Margasari 2018). Oleh karena itu perusahaan memiliki tanggung jawab kepada para *stakeholder* untuk memperhatikan kinerja lingkungan perusahaan yang nantinya akan berdampak pada naiknya harga saham perusahaan yang berarti naiknya nilai perusahaan tersebut.

Menurut Elkington (1997) perusahaan pada saat ini tidak lagi memfokuskan pada kinerja keuangan dalam bentuk profit. Namun, seiring berjalannya waktu ada perubahan paradigma bisnis dari 1P (*Profit*) menjadi 3P (*Profit, People, Planet*). *People* artinya setiap bisnis harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan masyarakat sosial serta seluruh *stakeholdernya*. *Profit* artinya perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungan bagi organisasinya saja, tetapi harus dapat memberikan kemajuan ekonomi bagi para *stakeholdernya*. Sedangkan, *Planet* artinya perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya alam dengan sangat bertanggung jawab dan menjaga kelestarian lingkungan serta memperkecil jumlah limbah produksi.

Dampak lingkungan dan sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya semakin sulit untuk dikendalikan (Rakhiemah dan Agustia, 2012). Pencemaran lingkungan merupakan dampak dari kurangnya perhatian perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Seiring berjalannya waktu mulai dari pemerintah, pemegang saham perusahaan dan masyarakat semakin sadar akan adanya dampak lingkungan dan sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mencapai laba yang maksimal (Iriyanto dan Nugroho, 2014)

Diera teknologi ini dimana media sedang berada di puncak, (terlepas dari urusan moral dan regulasi) perusahaan harus mereduksi kerusakan lingkungan yang

diakibatkan karena perusahaan perlu menjaga citra dan reputasi baik itu di mata masyarakat sekitar maupun secara global. Hal ini akan berdampak pada persepsi para *stakeholders* dan *shareholders* mengenai perusahaan, sementara para investor memiliki kecenderungan enggan menanamkan modalnya di perusahaan dengan reputasi buruk. Jadi, kinerja lingkungan yang baik merupakan indikasi bahwa perusahaan dapat diandalkan dan bisa memberikan kepercayaan pada *stakeholder*. Kinerja Lingkungan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena selain reputasi baik perusahaan karena telah turut menjaga keadaan lingkungannya, sikap baik perusahaan terhadap lingkungan juga dapat menarik simpati masyarakat sekitarnya. Salah satu penyebab dari kerusakan lingkungan adalah pemanfaatan sumber daya yang dilakukan dengan cara yang tidak sesuai untuk mendapatkan keuntungan ekonomi yang besar (Lingga dan Suaryana, 2017).

Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) mengadakan program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup (PROPER) yang telah dilaksanakan mulai tahun 2002 di bidang pengendalian dampak lingkungan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam program pelestarian lingkungan hidup. Kinerja lingkungan perusahaan diukur dengan menggunakan pemeringkat dalam 5 peringkat warna yang mencerminkan kinerja pengelolaan lingkungan secara keseluruhan (Press Release PROPER, 2011).

Hasil dari partisipasi tersebut adalah peringkat yang diurutkan mulai dari warna emas yang merupakan peringkat pertama dimana laporan perusahaan tersebut sesuai dengan aturan yang dibuat oleh kementerian, kemudian diikuti oleh warna hijau, biru, merah yang berarti dimana kinerja perusahaan tersebut masih butuh peningkatan dan diakhiri oleh warna hitam yang artinya kinerja lingkungan perusahaan tersebut benar-benar buruk dan butuh perhatian.

Hasil diberlakukannya peraturan pemerintah tersebut sampai saat ini masih jauh dari yang diharapkan, karena terbukti dari perusahaan yang mengikuti PROPER masih ada yang mendapatkan peringkat hitam pada tahun penelitian yang dilakukan oleh (Iriyanto dan Nugroho, 2014). Peringkat hitam diberikan kepada



perusahaan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi. Hal tersebut membuktikan bahwa perusahaan berpotensi mencemari lingkungan dan perusahaan belum melakukan upaya pengelolaan lingkungan, maka diperlukan pengaturan secara khusus mengenai masalah pengelolaan lingkungan dan seharusnya perusahaan mengungkapkan kontribusi mereka terhadap permasalahan sosial dan lingkungan yang terjadi (Iriyanto dan Nugroho, 2014)

Penelitian mengenai kinerja lingkungan dengan hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Rohmaninati (2019) yang mengatakan bahwa kinerja lingkungan PROPER perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa penilaian kinerja lingkungan oleh KLH bukan salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan. Penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang mencoba meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian dari (Mazda, 2013), yang meneliti Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini pun didukung oleh Lingga dan Suaryana (2017) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh faktor – faktor non ekonomi, serta menurut penelitian (Auliya dan Margasari, 2018) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI dan Mengikuti Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER) Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia Periode 2015, 2016 dan 2017.

Selain faktor kinerja lingkungan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga mempengaruhi nilai perusahaan, dimana perusahaan yang telah melaksanakan CSR akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas. CSR merupakan salah satu faktor non finansial yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen dalam

meningkatkan nilai perusahaan (Umbara dan Suryanawa, 2014). Pengungkapan CSR pada saat ini bukan dianggap sebagai biaya, melainkan sudah menjadi aset perusahaan. Pengungkapan CSR bisa mempengaruhi nilai perusahaan dapat dilihat dari aset perusahaan yang semakin bertambah. *Corporate social responsibility* adalah tanggung jawab sosial suatu perusahaan terhadap para stakeholders, khususnya kepada masyarakat yang tinggal berdekatan dengan lokasi suatu perusahaan. Perusahaan tidak hanya berperan dalam mengoptimalkan kinerja laba perusahaan saja, melainkan juga ikut serta dalam memperhatikan lingkungan masyarakat (Bulan dan Astika, 2014). Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan mendapatkan respon yang positif dari para pelaku pasar, karena perusahaan tersebut dianggap transparan dalam mengungkapkan informasi (Puspaningrum, 2017). Program CSR juga dapat meningkatkan citra perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan semakin baik apabila citra perusahaan baik pula. Semakin luas perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya, dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Prayogo, 2013).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, terdapat banyak ketidaksamaan hasil. Penelitian Wedayanti dan Wirajaya (2018) menunjukkan tidak adanya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pada saat perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya yang bertujuan untuk memberikan isyarat kepada pasar, belum ditanggapi dengan baik oleh investor, sehingga tidak berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Hal yang sama juga ditemukan oleh Putri et al., (2016) menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh CSR. Hal ini, karena motif dasar dari CSR kerap menjadi sekedar fungsi kepentingan *public relations*, citra korporasi atau reputasi dan kepentingan perusahaan untuk mendongkrak nilai perusahaan.

Hasil yang bertentangan ditemukan pada penelitian Medyawati dan Yunanto (2017) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh

perusahaan dapat memberikan citra positif terhadap perusahaan tersebut. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian Murnita dan Putra (2018) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin luas sebuah perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Perusahaan yang mengungkapkan kepedulian terhadap lingkungan, dalam jangka panjang dapat terhindar dari kerugian yang sangat besar akibat adanya tuntutan masyarakat (Subiantoro dan Mildawati, 2015). Sedangkan penelitian menurut Stiaji *et al.*, (2017) CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Luasnya pengungkapan kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan menurunkan nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh harga saham di BEI. Hal ini disebabkan dalam pengungkapan CSR setiap perusahaan memiliki perbedaan, karena dalam pelaporan pengungkapan CSR tidak memiliki standar yang baku dalam penyusunan, sehingga terdapat banyak perusahaan yang terdaftar di BEI memiliki pengungkapan CSR yang rendah atau tidak secara rinci dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan.

Penelitian ini mengacu pada peneliti (Putri *et al.*, 2016), yang meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada nilai perusahaan. Perbedaan lainnya antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada pengukuran standar yang digunakan untuk mengungkapkan CSR. Indikator pengungkapan CSR diukur berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI adalah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia. GRI banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan selalu berusaha untuk meningkatkan komitmen dalam hal perbaikan dan penerapannya yang dapat dilakukan di seluruh dunia. ([globalreporting.org](http://globalreporting.org)).

Selain CSR, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah ditambahkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel moderasi karena ukuran perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi. Perusahaan dengan aset yang besar memiliki tanggung jawab yang luas, bukan hanya dengan pemegang

sahamnya saja melainkan juga dengan stakeholder lainnya seperti masyarakat sekitar dan pemerintah. Size perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat dengan menggunakan perhitungan log (Total Aset). Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang digunakan dalam menjelaskan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Putri et al., 2016). Ukuran perusahaan merupakan suatu perbandingan yang digunakan untuk melihat besar kecilnya sebuah entitas. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan (Subiantoro dan Mildawati, 2015). Secara umum, perusahaan besar akan lebih banyak memerlukan pengungkapan informasi dari pada perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, maka aktivitas yang dilakukan juga lebih banyak sehingga tanggung jawab dari perusahaan tersebut tidak hanya terhadap pemegang saham saja, tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Kusumawardani dan Sudana, 2017). Ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam menyediakan jumlah dan berbagai kapasitas produksi (Rahmawati *et al.*, 2015). Perusahaan besar dengan aktivitas operasi yang tinggi akan memperhatikan dampak sosial dan lingkungan karena merupakan hal yang penting bagi citra perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka informasi yang disediakan untuk investor sebagai dasar keputusan investasi semakin banyak (Ikbal, 2012). Teori tersebut konsisten dengan penelitian Tania dan Herawaty (2019) yang menemukan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap kinerja lingkungan. Sementara, Ukuran Perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wang, Zhang dan Goh (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Hal inipun berkaitan dengan penelitian Mardiana dan Wuryani (2019) yang menyatakan bahwa adanya

aktivitas pengelolaan lingkungan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Kinerja lingkungan menjadi upaya perusahaan dalam membentuk aktivitas pengelolaan lingkungan yang baik. Aktivitas pengelolaan lingkungan yang dilakukan secara maksimal dapat menimbulkan respon positif bagi investor yang ditunjukkan melalui peningkatan nilai saham perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, ukuran perusahaan memiliki kemampuan memoderasi antara hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebutkan dalam penelitian D'Amato dan Falivene, (2020) bahwa ukuran perusahaan mempunyai kemampuan memoderasi antara dua variabel yang berpengaruh secara positif.

Selain itu, hasil penelitian yang ditemukan pada penelitian Putri *et al.*, (2016) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, yang artinya pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan, apabila dikuatkan oleh ukuran perusahaan. Hal tersebut karena ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dibuat oleh perusahaan pada laporan tahunannya. Penelitian ini bertentangan dengan penelitian Ayem dan Nakimah (2019) dimana ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini dijelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan belum tentu memiliki tanggung jawab sosial untuk mengungkapkan CSR yang lebih luas sehingga besar kecilnya perusahaan tidak mempengaruhi besarnya tingkat pengungkapan CSR perusahaan.

Berdasarkan dari uraian dan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul, **“Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012-2018”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Ruang Lingkup Subjek dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan, Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan.

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang Lingkup objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini yaitu Bursa Efek Indonesia melalui data sekunder yang berkaitan dengan perusahaan.

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2019 sampai dengan selesai, dan periode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah periode 2012-2018.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap nilai Perusahaan.
4. Untuk mengetahui seberapa besar Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai Perusahaan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan dan kemajuan di bidang manajemen, khususnya manajemen keuangan.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi hal yang bermanfaat baik bagi penulis, bagi perusahaan, maupun bagi pembaca pada umumnya. Adapun manfaat-manfaat yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

#### **a. Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang metode penelitian yang menyangkut masalah Manajemen Keuangan pada umumnya, serta pengaruh mekanisme Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai pemoderasi berdasarkan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan mengaplikasikannya.

**b. Bagi Perusahaan**

Memberikan informasi tambahan yang berhubungan dengan harga saham dan pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh untuk merencanakan suatu strategi baru dan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

**c. Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan tambahan dan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian di masa mendatang.

**1.6 Sistematika Penulisan**

**BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini tercantum latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini memuat teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis/peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisis statistik maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika dan hipotesis (jika diperlukan).

**BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan analisis data, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV menjelaskan tentang hasil dan pembahasan mengenai Pengaruh Kinerja Lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2018.



## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

BAB V berisi simpulan dan saran yang diharapkan ada manfaatnya bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**