

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan hadir bukan untuk memberikan keuntungan sebesar-besarnya kepada pemegang saham, terlepas dari dampak kegiatan bisnisnya. Perusahaan tidak hanya harus menghasilkan keuntungan, tetapi juga berkontribusi untuk memecahkan masalah sosial yang berkaitan dengan pendapatan dan non-profit. Menurut Meidiawati & Karina (2016), tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan nilainya, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah untuk meningkatkan nilainya dengan mengurangi modal dan biaya internal. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab perusahaan untuk merencanakan bagaimana meningkatkan nilainya untuk menjaga kepercayaan dan permintaan para pemegang sahamnya. Jika pihak-pihak terkait, seperti manajer dan pemegang saham, yang mewakili manajemen perusahaan, bekerja sama untuk menetapkan kebijakan moneter, nilai aset meningkat. Perusahaan menerapkan kebijakan keuangan untuk mencapai tujuannya. Kebijakan ini mungkin relevan dengan keputusan mengenai pembagian dividen kepada pemegang saham. Keputusan yang Anda ambil mempengaruhi harga saham di pasar modal.

Persaingan bisnis yang semakin ketat dan kondisi kompleks yang dihadapi bisnis modern menuntut peran yang lebih besar bagi manajer keuangan. Perusahaan harus dapat menjalankan tugasnya melalui manajer keuangan untuk pengelolaan keuangan yang sehat dan efektif. Ukuran ini digunakan untuk mengukur keberhasilan seorang manajer keuangan dalam mengelola keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang baik sangat penting bagi manajer nilai atau investor. Seorang manajer yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dikatakan telah melakukan pekerjaan dengan baik. Hal ini sesuai dengan konsep investasi yang meningkatkan nilai perusahaan. Jika seorang investor sudah memiliki kendali yang baik terhadap perusahaan, mereka akan tertarik untuk

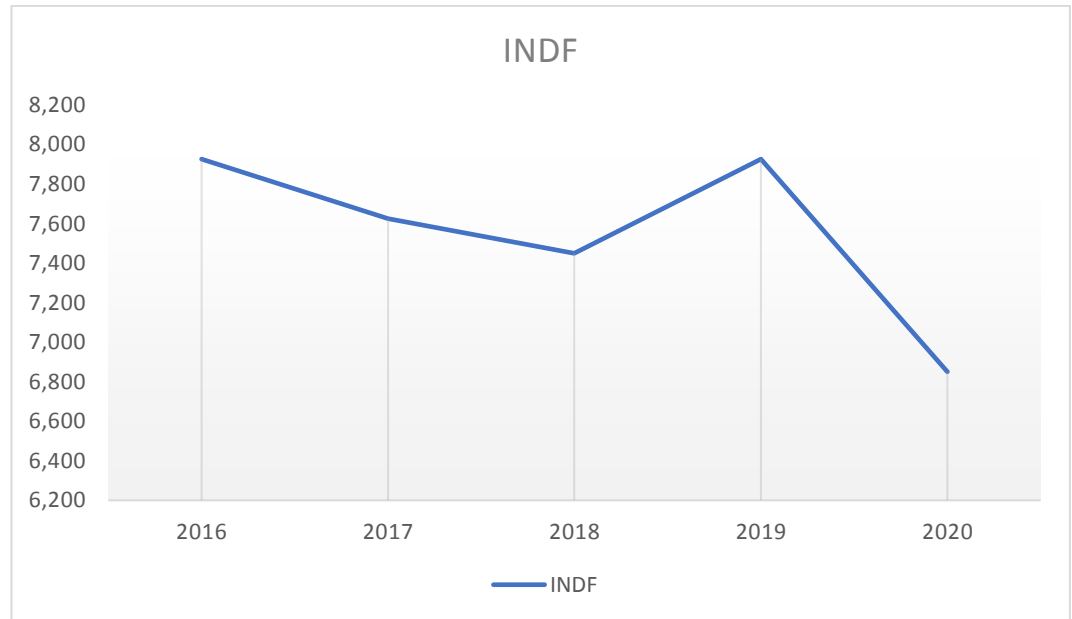
berinvestasi dan meningkatkan harga saham perusahaan. Fama dan French (1998) berpendapat dalam kurniawan dan Mawardi (2017) bahwa peningkatan biaya perusahaan dapat dicapai melalui proses kinerja manajemen keuangan di mana keputusan keuangan mempengaruhi keputusan keuangan dan perusahaan lainnya.

Perusahaan *Go public* cenderung meningkatkan nilai perusahaannya untuk menarik investor (Pramana dan Mustanda, 2016). Nilai perusahaan sangat menarik bagi investor dan mencerminkan bagaimana pasar mengevaluasi perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi adalah hak setiap pemilik bisnis. Hal ini karena harga yang lebih tinggi berarti keuntungan yang lebih tinggi bagi pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan pertumbuhan bisnis yang baik. Salah satunya adalah dengan melihat nilai hutang suatu perusahaan (Sianipar, 2017). Nilai hutang suatu perusahaan berkaitan dengan pembiayaan yang menentukan apakah suatu perusahaan dapat melunasi hutangnya. Jika nilai perusahaan tidak bagus, investor akan meremehkan perusahaan.

Nilai suatu perusahaan adalah pandangan investor terhadap nilai perusahaan, dan nilai saham yang dapat memberikan keuntungan terbesar bagi manajer ketika harga komoditas naik (Ardila, 2017). Harga saham yang tinggi meningkatkan nilai perusahaan, meningkatkan kepercayaan pasar, dan pekerjaan perusahaan saat ini akan melakukan hal yang sama di masa depan. Penetapan harga terjadi ketika perusahaan menawarkan pengembalian ekuitas yang lebih tinggi. Nilai perusahaan mewakili nilai sekarang dari pendapatan masa depan adalah nilai total perusahaan. Meningkatnya biaya hidup perusahaan menunjukkan betapa pentingnya hal itu bagi investor. Isu terkait naik dan turunnya harga saham di pasar modal menarik untuk dibahas karena terkait dengan fluktuasi nilai perusahaan (Hidayattullah *et al.*, 2020).

Peningkatan dan penurunan harga saham dapat diketahui dengan melihat rata-rata harga penutupan saham dari perusahaan manufaktur yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Banyak perusahaan yang menjalankan usahanya tanpa memperhatikan lingkungan sekitarnya (Makalew, 2017).



Sumber: PT. Indofood, 2021

**Gambar 1.1**

**Grafik penurunan harga saham perusahaan INDF 2016-2020**

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang dilihat dari harga saham mengalami fluktuasi dari tahun 2016-2020. Contohnya dalam perusahaan INDF dimana saham perusahaan tersebut melemah dan mengalami penurunan dan peningkatan. Pada tahun 2016 perusahaan INDF memperoleh harga saham sebesar 7.922 dan mengalami penurunan harga saham hingga 7.450 pada tahun 2017. Harga saham perusahaan INDF sempat naik sebesar 6,23% pada tahun 2019. Pada tahun 2020 perusahaan INDF mengalami penurunan saham yang sangat tinggi, harga saham INDF menurun sebesar 6.850. Penurunan harga saham dapat menggambarkan keadaan saham yang kurang maksimal sehingga keadaan ini dikhawatirkan dapat memberikan efek negatif terhadap nilai perusahaan dimana akan menyebabkan kerugian bagi para investor. Hal tersebut dikarenakan adanya kasus pelanggaran CSR yang terjadi pada perusahaan INDF di Medan Sumatera Utara tahun 2019 ditemukan limbah B3 (Bahan

Berbahaya Beracun) yang berserakan di lingkungan sekitar perusahaan INDF juga tidak membangun Tempat Pembuangan Sementara (TPS) (Azizah,2021). Hal tersebut tentu melanggar konsep CSR yang kurang memperhatikan kondisi lingkungan sekitar yang tentu saja merugikan banyak pihak. Adanya kasus mengenai CSR ditimbulkan akibat adanya ketidakseriusan perusahaan dalam kegiatan CSR yang menyebabkan kerusakan lingkungan dan mengganggu hubungan perusahaan dengan warga yang dirugikan karena hal negative tersebut.

Pada fenomena tersebut membuktikan bahwa kerusakan lingkungan yang ditimbulkan suatu perusahaan baik yang disengaja ataupun tidak akan memberikan dampak yang negatif bagi suatu perusahaan. Pelaku saham yang kurang maksimal akan berdampak pada penurunan harga saham sehingga keadaan ini ditakutkan akan memberikan efek negatif pada nilai perusahaan yang akan menyebabkan kerugian para investor. Permasalahan tersebut akan memunculkan kesadaran perusahaan untuk mengurangi dampak negatif akibat kegiatan produksinya. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* atau tanggungjawab sosial merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi dampak negatif yang diakibatkan perusahaan.

Industri manufaktur berkontribusi secara signifikan terhadap pencemaran lingkungan, limbah, keselamatan, dan masalah perlindungan produk karena perusahaan meningkatkan koneksi dan interaksi mereka dengan masyarakat (Savitri, 2019). Perusahaan menghasilkan limbah dari proses produksi, yang erat kaitannya dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses manufaktur perusahaan juga membutuhkan tenaga produksi, yang erat kaitannya dengan masalah keselamatan kerja. Perusahaan manufaktur adalah salah satu perusahaan yang menghasilkan sejumlah besar limbah selama produksi, dan perusahaan manufaktur mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat (Savitri, 2019). Banyak contoh pencemaran lingkungan di industri barang konsumsi yang diberikan

oleh PT. Penghijauan Sungai Lexo di Wilayah Vlingi 2020 (Riyadh, 2020), Pencemaran Sungai oleh Limbah Penggilingan Daging di Wilayah Bogor (Harianto, 2020) dan Pt. Menara Canter mengangkut air limbah pabrik ke sungai (Aravati dan Sari, 2021).

Di sisi lain, perusahaan perlu lebih peka terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi. Perusahaan perlu menyeimbangkan efisiensi ekonomi dengan efisiensi lingkungan dan sosial. Untuk mencapai hasil terbaik di masyarakat (Lingga dan Wirakusuma, 2019). Semua perusahaan, terutama yang memiliki sumber daya ramah lingkungan ingin menjaga kelangsungan bisnisnya. Perusahaan perlu membantu komunitas dan lingkungan mengembangkan kesadaran dan kepedulian tentang lingkungan sosial mereka, dan kaitannya dengan cara bagaimana perusahaan meminimalisir masalah yang muncul pada masyarakat. Lingkungan bisnis yang memahami bahwa melayani masyarakat dan menciptakan produk berkualitas tinggi dan terjangkau bukanlah satu-satunya pekerjaan. Tetapi yang lebih penting, perusahaan harus memberikan manfaat bagi lingkungan di sekitarnya (Mutia *et al.*, 2011).

Kegiatan yang dilakukan CSR termasuk perilaku sosial dan lingkungan perusahaan yang melampaui persyaratan hukum atau peraturan pasar atau ekonomi, karena perusahaan menggunakan sumber daya sebagai kekuatan pendorong untuk kegiatan mereka. Perilaku sosial dan lingkungan perusahaan Berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh CSR yang melampaui persyaratan undang-undang atau peraturan pasar atau ekonomi. Perusahaan dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian. Tetapi ini tidak berarti bahwa bisnis dapat mengabaikan masalah lingkungan. Perusahaan yang mendukung perkembangan ekonomi dan teknologi telah dikritik karena mengabaikan masalah sosial. Persaingan yang semakin ketat akan memfokuskan perusahaan pada kepentingan pemegang saham yang seolah-olah memberikan kontribusi bagi perusahaan, seperti penyertaan modal dan mengabaikan kepentingan pemegang saham dan menganggap mereka tidak terlibat langsung dengan perusahaan agar perusahaan dapat

bertahan. Namun dengan penerapan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas pelanggan semakin tinggi dan meningkatkan pendapatan bagi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan (Edi Pranyoto *et all.*, 2019)/

Tanggung jawab sosial Indonesia tertuang dalam Pasal 74 (1) undang-undang No.40 Tahun 2007 Perseroan Terbatas wajib memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya oleh perusahaan yang melakukan kegiatan komersial yang berkaitan dengan situs dan/atau sumber daya alamnya. Selain memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan, perusahaan juga harus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*. Hal ini juga diatur dalam pasal 66 (2) (c) undang-undang. 40 Tahun 2007 menetapkan bahwa perusahaan wajib mencantumkan laporan pemenuhan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial juga diatur dalam pasal 15 huruf b undang-undang. No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial menurut undang-undang no. 25 tahun 2007 merupakan tanggung jawab seluruh perusahaan penanaman modal untuk terus menciptakan usaha yang serasi dan seimbang sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakatnya.

Kinerja CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak sekedar memenuhi kewajiban hukumnya. Ini juga merupakan bentuk investasi jangka panjang di perusahaan dan model tanggung jawab. Investor akan merasa lebih percaya diri dalam berinvestasi pada perusahaan yang melaksanakan CSR karena akan merasa aman. Perusahaan yang tidak melaksanakan CSR dengan baik akan menimbulkan masalah di masyarakat sekitar, dan akan menggalakkan kegiatan CSR yang terkait dengan bisnis yang dijalankannya (Hasanudin, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Lingga & Wirakusuma (2019) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif

pada nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sabatini & Sudana (2019) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif signifikan pada nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Panggabean (2018) menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain tanggung jawab sosial perusahaan, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ditambahkan variabel eksternalitas sosial sebagai variabel moderasi. Eksternalitas sosial digunakan sebagai variabel moderasi karena dapat meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi. Karena eksternalitas sosial yang baik dapat meningkatkan citra baik perusahaan. Selain faktor sosial eksternal, masyarakat dapat mengetahui kegiatan perusahaan. Polusi tidak hanya menjadi target utama paparan CSR, tetapi juga menjadi contoh klasik bagi dunia luar. Eksternalitas sosial antara lain mengurangi polusi, mengantisipasi kerusakan lingkungan alam. Pada tahun 2011, pemerintah mendorong perusahaan untuk berpartisipasi dalam kegiatan CSR untuk lingkungan melalui Kementerian Lingkungan Hidup, yang dilakukan pemerintah untuk menciptakan kesatuan antara dunia usaha dan lingkungan. Semakin rendah minat dan partisipasi organisasi dalam pengelolaan lingkungan maka tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin rendah yang berakibat citra perusahaan di masyarakat akan semakin kecil. Perusahaan yang peka terhadap pentingnya membangun eksternalitas sosial yang sehat adalah titik konfrontasi dan pertemuan antara pemangku kepentingan yang etis dan berkelanjutan. melalui integrasi pembangunan sosial, lingkungan dan ekonomi (Rutinaias, 2016).

Permasalahan di Indonesia terkait dengan praktik operasional perusahaan yang tidak memperhatikan kondisi lingkungan, bahkan yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam. Dalam beberapa kasus, dalam perusahaan manufaktur yang menyebabkan polusi, pengaruhnya terhadap masyarakat sekitar akan meningkat karena perusahaan manufaktur

atau perusahaan besar lebih aktif daripada perusahaan kecil. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik memiliki citra yang baik di masyarakat setempat. Citra perusahaan yang baik harus memberikan kepada pemangku kepentingan berita baik atau sinyal keputusan yang menguntungkan perusahaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Angella (2015) bahwa implementasi CSR meningkatkan citra perusahaan sehingga meningkatkan loyalitas konsumen dan pemangku kepentingan. Sebaliknya, jika tingkat pengungkapan CSR rendah maka akan menghalangi perusahaan dalam hal meningkatkan kepercayaan investor karena CSR menjadi perhatian investor ketika berinvestasi di suatu perusahaan, tingkat pengungkapan CSR yang rendah mencegah perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan investor (Fajriana, 2016).

Eksternalitas sosial erat kaitannya dengan CSR, sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dan perusahaan harus dapat melaksanakan CSR di dalam perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mendorong perusahaan untuk melakukan investasi (Purawan dan Wirakusuma, 2020). Jika sebuah perusahaan berhasil menjaga eksternalitas sosial dan CSR bersama-sama, citra perusahaan akan lebih baik. Kegiatan CSR ini hendaknya lebih menginformasikan kepada masyarakat tentang perusahaan dengan selalu memberikan hal-hal yang baik kepada masyarakat sekitar. Umpan balik positif dari masyarakat akan meningkatkan *bottom line* perusahaan. Semua perusahaan harus mempraktikkan pengelolaan lingkungan yang baik untuk mencegah pencemaran lingkungan dan tidak mengganggu aktivitas masyarakat di sekitar perusahaan. Jika suatu perusahaan dapat mencegah terjadinya pencemaran lingkungan, maka akan berdampak baik bagi perusahaan tersebut. Citra perusahaan adalah tentang bagaimana kinerja lingkungan perusahaan akan tercermin ketika investor mempertimbangkan citra tersebut ketika berinvestasi di suatu perusahaan (Nugroho, 2016).

Menurut Tiari (2018) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dapat mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Berbeda



dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lingga (2019) dan Rini (2020) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada nilai perusahaan, yang dikarenakan kinerja lingkungan yang baik belum tentu dapat memberikan dampak positif atau keuntungan bagi para investor.

Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian. Pasalnya, perusahaan-perusahaan tersebut memproduksi bahan baku yang dapat merusak lingkungan. CSR penting bagi perusahaan manufaktur karena persepsi publik terhadap citra perusahaan kemungkinan akan mempengaruhi penjualan produk. Industri ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat setempat dengan meningkatkan citra perusahaan dan mempraktikkan tanggung jawab sosial untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Menjalankan program CSR tidak secara langsung menguntungkan perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk menguntungkan pihak luar. Salah satunya dengan meningkatkan pemeliharaan fasilitas umum oleh warga sekitar. Memberikan panduan tentang pendanaan program afiliasi bisnis kecil dan meningkatkan pertumbuhan. Hal ini dikarena produsen berhubungan langsung dengan lingkungan dan sumber daya alam, mereka berkewajiban untuk melakukan dan melaporkan kegiatan yang bertanggung jawab secara sosial sesuai dengan peraturan yang berlaku (Widi dan Gusti, 2014). Berdasarkan penjelasan dan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk menggunakan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Eksternalitas Sosial sebagai variabel moderasi.”**

## **1.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, eksternalitas sosial dan nilai perusahaan

## **2. Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## **3. Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini adalah Bursa Efek Indonesia

## **4. Ruang Lingkup Waktu**

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2021 sampai dengan selesai. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah periode 2016-2020

## **5. Ruang Lingkup Ilmu**

Ruang lingkup ilmu dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan, kinerja lingkungan perusahaan

### **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah eksternalitas sosial dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh eksternalitas sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat memberikan saran yang akan menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk diimplementasikan terhadap nilai perusahaan.

### 2. Bagi Emiten

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi dalam mengambil keputusan, khususnya dalam meningkatkan CSR, nilai perusahaan dan juga eksternalitas sosial dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang akan disajikan perusahaan tanpa melanggar undang undang perseroan.

### 3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat memberikan saran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan dan juga sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan perusahaan agar dapat lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi pihak yang membutuhkan mengenai topik yang dibahas dalam penelitian ini.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian, referensi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan bangunan hipotesis

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab Keempat berisi penjelasan setelah diadakan penelitian. Hal tersebut mencakup deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

### **BAB V: SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian