

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya pembangunan perusahaan-perusahaan baru di Indonesia memiliki salah satu tujuan dalam peningkatan investasi lokal maupun asing. Sehingga semakin banyaknya pembangunan ini, tanpa disadari salah satunya dapat menyebabkan kerusakan lingkungan sekitar. Efek yang ditimbulkan dari pembangunan ini biasanya ditandai dengan ketidakseimbangan sosial ekonomi, kerusakan alam dan pencemaran lingkungan. Sebagaimana yang baru dirasakan oleh Indonesia khususnya Jakarta menjadi kota dengan kualitas udara terburuk nomor 2 di dunia pada akhir-akhir bulan Agustus 2023 (Yulia, 2023 sumber liputan6.com). Sumber polusi tersebut disebabkan oleh asap kendaraan, debu jalanan aspal, pembakaran batu bara, pembakaran terbuka biomasa dan bahan bakar, maupun aktivitas konstruksi (Sumber Data IQAir dalam Yulia, 2023 pada liputan6.com).

Untuk mengurangi dampak negatif tersebut, perlu bagi pemerintah dan pengembangan untuk menerapkan kebijakan dan praktik berkelanjutan. Maka dari itu pentingnya perusahaan untuk menerapkan praktik keberlanjutan guna upaya dalam perlindungan lingkungan, kepatuhan regulasi, meningkatkan reputasi dan citra perusahaan, efisiensi energi dan penghematan (Al-Issa et al., 2022). Apalagi pada sektor energi harus menerapkan praktik tersebut karena sektor tersebut memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan memenuhi kebutuhan energi global, tetapi memiliki dampak lingkungan yang signifikan.

Mengenai hal ini, pastinya perusahaan akan berupaya menerapkan prinsip tersebut agar citra perusahaan tetap baik di mata investor, *costumer*, masyarakat, maupun pihak lain. Apalagi dalam pertumbuhan permintaan energi yang meningkat pada energi global serta ketidakpastian pasar yang dicerminkan dalam fluktuasi harga energi. Fluktuasi ini biasanya disebabkan dari perubahan harga minyak, gas, atau energi lainnya yang memiliki dampak

signifikan pada pendapatan perusahaan. Jika perusahaan dapat mengelola risiko dari fluktuasi harga ini dengan strategi lindungi nilai yang efektif maka hal ini dapat mempertahankan nilai perusahaannya. Untuk mendapatkan hal tersebut tidaklah mudah, perusahaan-perusahaan akan berlomba-lomba untuk bersaing dengan mengincar eksistensi dan memperoleh keuntungan dengan tujuan salah satunya menarik para investor. Upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan agar dapat mengoptimalkan kemakmuran dan kesejahteraan para pemegang saham (Al-Issa et al., 2022).

Suryani dan Ika (2023) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki harga saham yang tinggi dapat menyebabkan tingginya nilai perusahaan juga, dimana nilai saham yang tinggi bisa menyebabkan peningkatan kepercayaan pasar yang meliputi kinerja perusahaan saat ini dan prospeknya dimasa yang akan datang. Kinerja perusahaan ini biasanya tercermin dari laporan keuangan yang bisa menjadi bahan informasi bagi investor untuk mengambil keputusan di pasar modal. Semakin baik kualitas laporan keuangan yang disampaikan maka akan semakin meyakinkan terhadap kinerja keuangan perusahaan (Fahmi, 2017:22).

Nilai perusahaan digambarkan dengan seberapa besar harga saham yang ada di pasar dibandingkan dengan nilai buku/*book value* perusahaan yaitu berupa nilai laporan keuangan (Ningrum, 2022). Nilai suatu perusahaan bisa dilihat dari segi modal bersih dengan total lembar saham dari perusahaannya. Karena modal bersih dari suatu perusahaan akan dibagi ke berapa lembar saham. Jika nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik dengan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, sehingga hal tersebut menjadi keinginan para pemilik perusahaan (Ningrum, 2022). Pada penelitian ini menggunakan nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price Book Value* (PBV), *Price Earning Share* (PER), Tobin's Q, dan Volatilitas Harga Saham (VHS/VP). Peneliti memaparkan data pendukung latar belakang yang mewakili dari salah satu pengukuran nilai perusahaan yaitu *Price Book Value* (PBV), dimana rasio ini digunakan untuk mengukur harga

pasar saham perusahaan dengan menghitung harga saham penutupan (*closing*) dibagi dengan nilai buku per lembar saham (Sari & Febrianti, 2021).

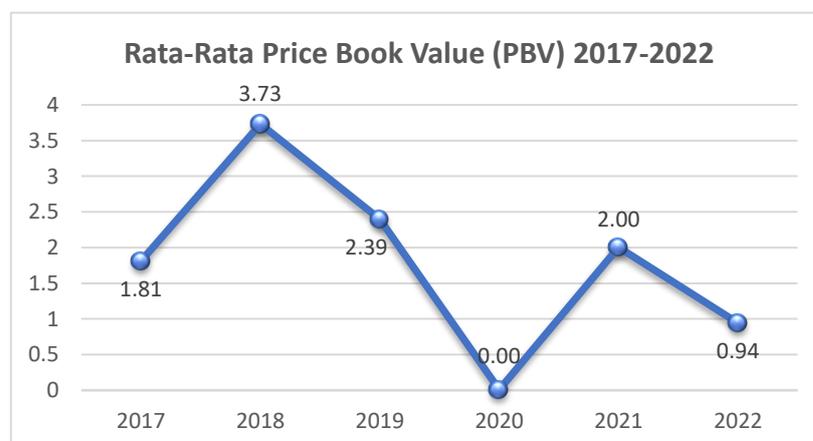
Fenomena mengenai pergerakan nilai perusahaan pada populasi penelitian ini yaitu di perusahaan sektor energi periode tahun 2017-2022. Perusahaan ini dipilih karena kegiatannya beroperasi di industri energi yang berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan energi global tetapi memiliki dampak lingkungan yang sangat signifikan serta mengalami perubahan nilai perusahaan yang terjadi setiap tahunnya. Untuk melihat bagaimana nilai perusahaan sektor energi yang dinilai dari *Price Book Value* (PBV) dapat dilihat pada tabel 1.1 dan gambar 1.1 berikut ini:

Tabel 1. 1 Perkembangan Rata-Rata *Price Book Value* (PBV) Pada Perusahaan Sektor Energi Periode 2017-2022

Keterangan	Tahun					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Jumlah/Total	86,96	212,71	150,96	0,56	138,43	67,79
Rata-Rata	1,81	3,73	2,39	0,00	2,00	0,94
Perkembangan (%)		144,60	-29,03	-99,62	24,61	-51,02

Sumber: www.idx.co.id data diolah, pada lampiran ke-2

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Sektor Energi Tahun 2017-2022



Sumber: www.idx.co.id data diolah, pada lampiran ke-2

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* (PBV) perusahaan sektor energi selama 6 tahun yaitu dengan periode 2017-2022 mengalami ketidak konsistenan yang digambarkan. Pada tahun 2017 menuju 2018 mengalami perkembangan kenaikan sebesar 144,60%, kemudian mengalami perkembangan penurunan di tahun 2019 sebesar -29,03% dan mengalami penurunan lagi di tahun 2020 yaitu sebesar -99,62%. Di tahun 2021 mengalami perkembangan kenaikan sebesar 24,61% dan di tahun 2022 mengalami perkembangan penurunan sebesar -51,02% dengan nilai rata-rata PBV sebesar 0,94.

Meningkatkannya nilai suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan telah berupaya mencapai tujuannya. Landasan nilai suatu perusahaan adalah kinerjanya, khususnya kinerja keuangan yang ditunjukkan oleh laporan keuangannya. Namun kinerja non-keuangan juga berperan penting sehingga membentuk sinergi yang berkontribusi terhadap konstruksi nilai perusahaan (Fahmi, 2017). Dalam mencapai tujuan perusahaan pastinya diperlukan kerja sama dan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan karyawan, investor, dan masyarakat. Diantara metode yang mungkin untuk diterapkan ialah dengan melakukan interaksi antara perusahaan dan lingkungan, sebab apabila dilakukan interaksi tersebut pastinya cenderung membangun reputasi yang baik bagi nilai perusahaan.

Menurut Suryani dan Ika (2023) bahwa perkembangan sebuah perusahaan dapat menyebabkan kerusakan lingkungan yang tidak dapat dikendalikan. Tanpa disadari perusahaan pastinya melakukan aktivitas operasi yang menjadi penyebab rusaknya lingkungan sekitar sehingga membuat persepsi negatif kepada masyarakat. Seperti dalam kutipan “Dimana ada tambang, disitu ada penderitaan warga. Dimana ada tambang, disitu ada kerusakan lingkungan, tidak akan bisa berdampingan” ujar ‘Koordinator Jaringan Tambang (JATAM) Merah Johansyah kepada wartawan BBC News Indonesia, Raja Eben Lumbanrau, Jumat (20/05) (Lumbanrau, 2021). Perusahaan tambang sendiri merupakan salah satu dari perusahaan sektor

energi di Indonesia, yang mana energi itu sendiri pastinya tidak terlepas dari kebutuhan aktivitas sehari-hari.

Jadi salah satu faktor lingkungan yang berpengaruh dalam menariknya nilai perusahaan untuk berkelanjutan ialah program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dimana program ini merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan (Firda & Efriadi, 2020). Ada perusahaan yang menganggap bahwa CSR itu sebagai pengeluaran/biaya dan ada juga sebagian perusahaan yang menganggap bahwa CSR itu sebagai investasi dengan mengeluarkan dana saat ini yang bertujuan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang. Itu jika perusahaan yang sadar dengan kegiatan sosial perusahaannya yang tertuang dalam publikasi laporan keberlanjutan perusahaan masing-masing.

Jika suatu perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara berkesinambungan dan terus menerus maka pasar akan memberikan apresiasi positif yang akan digambarkan dengan kenaikan harga saham dan juga meningkatnya nilai perusahaan. Walaupun dengan melakukan program ini, pastinya perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya/*cost*. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat keuntungan perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan program ini, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Nurul Dzikir, 2020). Karena disarankan agar keterlibatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) membangun reputasi baik bagi perusahaan yang mengarah pada pengurangan biaya pemasaran, sehingga meningkatkan penjualan perusahaan dan meningkatkan persepsi investor (Al-Issa et al., 2022). Sehingga program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini bisa menjadi salah satu alat untuk marketing bagi perusahaan.

Bagian tanggung jawab sosial dan lingkungan pada emiten atau perusahaan publik, dimana bahwa informasi yang diungkapkan dalam bagian tanggung jawab sosial dan lingkungan di dalam laporan keberlanjutan yang terdapat pada web perusahaan masing-masing yang mengacu dari standar

Global Reporting Initiatives (GRI) yang selalu mengalami perubahan secara terus menerus. Terkait hal tersebut, penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan indikator CSR berdasarkan *Global Reporting Initiative/GRI* tahun 2021 yang diukur dengan *Sustainable Report* (SR).

Perusahaan sektor energi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kerusakan lingkungan akibat efek pengeboran, penggalian, maupun aktivitas lainnya yang bisa menyebabkan kerusakan lingkungan seperti tanah longsor, polusi udara yang tidak baik, dan faktor lainnya yang dapat mengganggu masyarakat sekitar yang disebabkan dengan sebagian operasional perusahaan. Meskipun sudah ada Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Badan Usaha, tetapi masih banyak perusahaan yang belum secara konsisten menerapkan prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR). Terlihat pada web perusahaan masing-masing dalam sektor energi masih ada beberapa yang belum menerbitkan laporan keberlanjutan yang dipublikasikan dalam tahun-tahun tertentu.

Untuk meningkatkan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, harus didukung oleh variabel moderasi. Dimana variabel moderasi merupakan variabel yang bisa memberikan efek memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara variabel independen dengan dependen. Hal mendasar yang ini dicapai melalui pengenalan konsep CSR adalah agar pelaksanaan aktivitas perusahaan yang bersifat sukarela tetapi dapat diukur dampaknya terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Kartini, 2020:19). Selain memperhatikan dari segi nilai perusahaan dan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan harus memperhatikan hal lain juga seperti kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas yang tercermin dari sisi kinerja keuangannya. Profitabilitas sebagai pengukuran dari variabel kinerja keuangan merupakan variabel moderasi yang berpengaruh terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan (Wahyuni, 2018 dalam Suryani & Ika, 2023). Karena kemampuan perusahaan

dalam menghasilkan laba yang semakin meningkat akan semakin mampu dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungannya serta dalam pengungkapan yang dipublikasikan pada website perusahaan masing-masing (Suryani & Ika, 2023). Terkait hal tersebut, peneliti menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel moderasi yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Return on Investment* (ROI), dan *Return on Sales* (ROS).

Terdapat penelitian terdahulu seperti penelitian (Rahmantari, 2021) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, menurut hasil penelitian Sudarsono & Adhi Surya Harahap (2021) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan menurut Nidia Kumala dan Ruly Priantilianingtisari (2024) CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian (Nursasi, 2020) menyatakan bahwa Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian (Anggraeni & Agustiningsih, 2023) menyatakan bahwa kinerja keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Risal Rinofah, Ratih Kusumawardani, Prahadhita Nerissa Putri (2023) menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel *moderating* mampu memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, menurut penelitian (Natalie et al., 2023) bahwa profitabilitas mampu memoderasi (memperlemah) pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, dan hasil penelitian Ni Nyoman Mira Miladeny dan I Gst Ayu Eka Damayanthi (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan diawali dengan terdapatnya gambaran nilai perusahaan yang fluktuatif serta terdapat uraian dari ketidak konsistenan di dalam penelitian terdahulu. Hal ini akan menjadi kesenjangan penelitian/*research gap* dari penelitian ini, sehingga menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dalam mengisi *research gap* tersebut. Peneliti ingin meneliti objek perusahaan

sektor energi karena perusahaan tersebut memiliki kontribusi yang besar terhadap ekonomi global tetapi mempengaruhi kerusakan lingkungan yang dirasakan oleh masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel *Moderating* Pada Perusahaan Sektor Energi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, penulis menguraikan rumusan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Kinerja Keuangan mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Kinerja Keuangan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis akademis, yaitu:

- a. Memberikan dukungan, saran, dan melengkapi penelitian sebelumnya.
- b. Dapat dijadikan sumber penelitian sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkait dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis, yaitu:

- a. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meninjau beberapa faktor yang harus dipertimbangkan sebelum melakukan investasi.
- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mempertimbangkan betapa pentingnya hal pengungkapan pertanggung jawaban sosial di dalam laporan keberlanjutan dan keuangan perusahaan dalam pembuatan kebijakan perusahaan.