

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

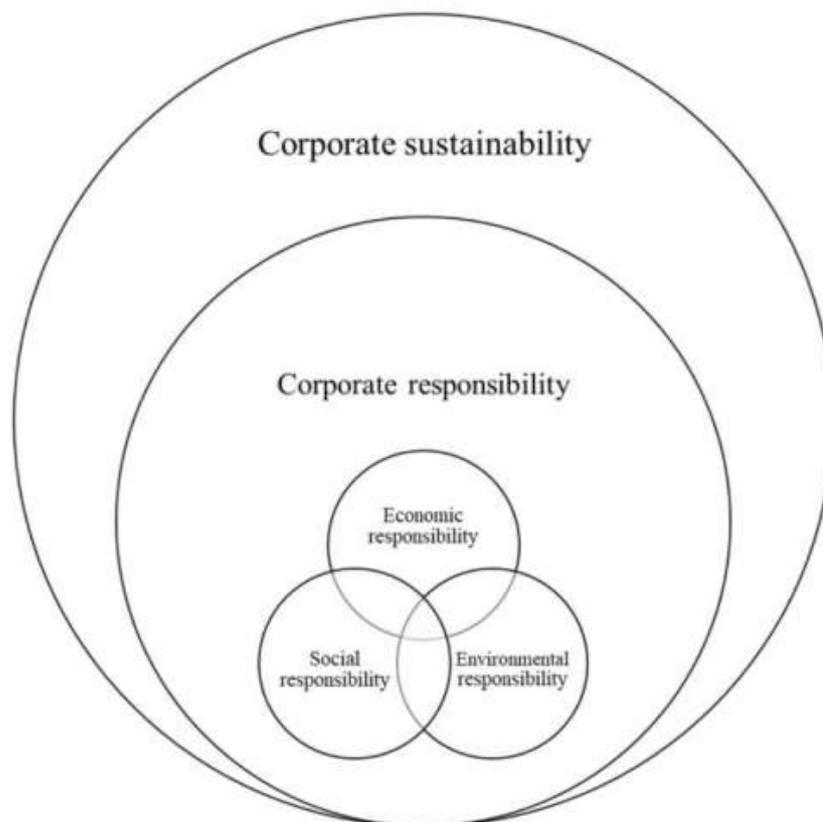
Investor dalam pengambilan keputusan lebih cenderung menggunakan laporan keuangan perusahaan, di sisi lain, mereka telah mengubah pandangan bahwa informasi non-keuangan juga tidak kalah penting dan sudah cukup banyak digunakan oleh investor. Para investor memiliki perhatian lebih terhadap keterkaitan antara investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan dan isu-isu lingkungan, sosial dan tata kelola perusahaan yang baik (Ikbal, 2018).

Laporan non keuangan seperti laporan keberlanjutan umumnya dipakai untuk menambah akuntabilitas dan transparansi, dan untuk menyesuaikan dengan tekanan dan harapan *stakeholder*. Pelaporan non-keuangan meskipun merupakan pengungkapan sukarela perusahaan namun telah banyak dilakukan oleh perusahaan – perusahaan di seluruh dunia (Badia et al., 2020). Pelaporan non-keuangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul sebagai respon terhadap tekanan sosial dan sebagai kebutuhan dan harapan investor dimana peduli dengan lingkungan sosial dan kondisi sosial. Hal – hal ini yang mendorong *Corporate Social Responsibility* berubah menjadi lebih sekedar pengungkapan melainkan kebutuhan (Badia et al., 2020).

Perusahaan dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* berarti perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan “Pembangunan Berkelanjutan“, di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi

sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang (Rosilawati, 2023).

Tuntutan yang diberikan oleh pihak stakeholder kepada perusahaan untuk memberikan informasi yang bersifat transparan, organisasi yang akuntabel, serta tata kelola perusahaan yang dianggap baik maka hal ini memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai kinerja perusahaannya (Dewi& Pitriasari, 2019). Maka dari itu perusahaan diminta untuk membuat laporan di mana laporan tersebut berisi kinerja perusahaannya selama menjalankan bisnis nya dengan memperhatikan 3 aspek yaitu *planet*, *people*, dan *profit*. Laporan tersebut disebut dengan laporan berkelanjutan atau *sustainability report*.



Gambar 1.1 CSR Sustainability (CSR yang Berkelanjutan)

Fatima & Elbanna (2023) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan instrumen yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyeimbangkan tujuan-tujuan perusahaan dalam hal ekonomi (*profit*), lingkungan (*planet*), dan sosial (*people*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen sehingga menjadi suatu kebutuhan yang berkelanjutan.

Masyarakat yang mulai peduli dengan lingkungan, CSR merupakan hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan dan bukan pilihan sukarela bagi perusahaan. Kewajiban perusahaan dalam menerapkan CSR diatur dalam Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas. Beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi:

1. Perusahaan terhindar dari popularitas negatif merusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa mempedulikan dampak yang dilakukannya terhadap lingkungan tersebut.
2. Kerangka kerja etis yang kuat dapat membantu para manajer dan karyawan dalam menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan di mana perusahaan bekerja.
3. Perusahaan mendapatkan rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang menginginkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan.
4. Perilaku etis perusahaan terhindar dari masalah lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara aman (Puspaningrum, 2017).

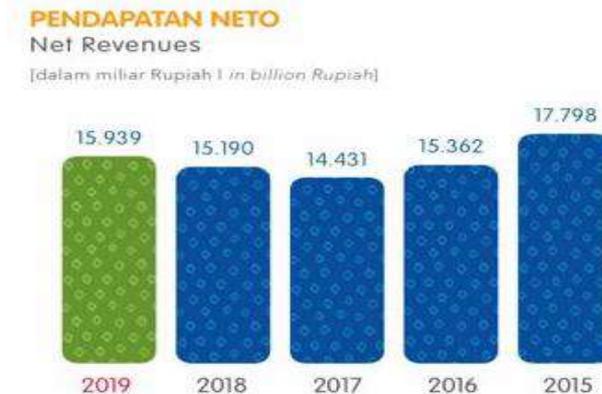
Riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, menyebabkan rendahnya kualitas penerapan CSR tersebut. Riset itu melakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Kualitas CSR Indonesia tertinggal dari negara ASEAN lainnya seperti Singapura dan Thailand

(Suastha, 2022). Keempat negara ini dipilih atas dasar tingginya tingkat pengungkapan CSR. Namun, hal ini tidak menjadi jaminan bahwa kualitas praktiknya juga tinggi (Suastha, 2016).

Fenomena mengenai Corporate Social Responsibility yaitu perbedaannya mengimplementasikan CSR di Indonesia dengan di luar negeri. Mengacu pada Riset Centre for Governance Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School 2016, diketahui peringkat kualitas tanggung jawab sosial Indonesia berada pada posisi 3 dengan skor 48,4 dari 100 perusahaan dengan sampel 4 negara yaitu Malaysia, Singapura, Thailand dalam Global Reporting Initiative (GRI). Singapura yang berada diposisi ke 2 dengan skor 48,8. Thailand yang berada di posisi ke 1 dengan skor 56,8. Dan Malaysia yang berada di posisi ke 4 dengan skor 47,7. Dari riset tersebut mencerminkan bahwa Indonesia masih memerlukan perbaikan kualitas tanggung jawab sosial perusahaan (cnnindonesia.com)

Keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan bisnis perusahaan, melainkan juga dilihat dari sejauh mana kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Kepedulian perusahaan tersebut salah satunya dapat dinilai melalui laporan keberlanjutan yang memperlihatkan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang ditimbulkan dari operasional perusahaan, baik dampak positif maupun dampak negatif. Untuk menjadikan perusahaan bernilai baik, maka perusahaan harus transparan dalam

setiap pelaporan aktivitas perusahaan (Sari & Susanto, 2021).



Gambar 1. Pendapatan Neto PT Indocement Tunggal Prakarsa

Sumber : www.indocement.co.id

Berbeda dengan fenomena sebelumnya, PT Indocement Tunggal Prakarsa yang dapat dilihat dari grafik pendapatannya mengalami penurunan pada tahun 2016-2019, tetap melaporkan kegiatan CSR dan membuat laporan keberlanjutan (www.indocement.co.id). Sehingga pada tahun 2020 memperoleh peringkat di ASSRAT menurut National Center of Sustainability Reporting (NCSR) mendapat peringkat gold yang kriteria penilaiannya berkisar dari 83-92. Selain itu, PT Indocement juga memperoleh Silver Winner pada Annual Report dan program CSR-community pada tahun 2020 (www.ncsr.id).

Di Indonesia terdapat lembaga independen yakni National Centre for Sustainability Reporting (NCSR) yang memiliki fokus pada pelaporan keberlanjutan. National Centre for Sustainability Reporting (NCSR) juga mengadakan penghargaan bagi perusahaan yang telah menerbitkan laporan keberlanjutannya bernama Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT) bekerja sama dengan Sustainability Practicinoer Conference (SPC). Peserta Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT) tidak hanya dari nasional namun sudah mencapai tingkat Asia Tenggara. Perusahaan peserta Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT) sudah secara otomatis menerbitkan laporan keberlanjutan untuk selanjutnya dinilai oleh para asesordengan menitikberatkan

penilaian pada transparansi dan akuntabilitas. Oleh karenanya, investor diprediksi bereaksi terhadap laporan keberlanjutan yang telah diterbitkan oleh perusahaan peserta Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT) untuk selanjutnya digunakan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan fenomena diatas, menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang walaupun pendapatannya menurun, akan tetapi tetap melaporkan CSR-nya bahkan membuat laporan keberlanjutan. Padahal melaksanakan CSR dalam jangka panjang akan memberikan keuntungan kepada perusahaan. Salah satunya menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan (Wardhani & Susila, 2018). Berdasarkan fenomena tersebut, CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan citra perusahaan akan berkurang dikacamata publik apabila perusahaan tidak melaporkan CSR-nya. Begitupun sebaliknya, perusahaan yang melaporkan CSR-nya dapat meningkatkan citra perusahaan, sehingga kinerja perusahaan juga akan ikut meningkat.

Salah satu faktor yang mempengaruhi Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan adalah Profitabilitas (Wahyuni, 2018). Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan didalam menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan semakin besar kemampuan perusahaan dalam melaksanakan CSR yang berpengaruh terhadap kepercayaan stakeholders terhadap perusahaan yang nantinya meningkatkan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan dalam pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

Profitabilitas juga berperan penting dalam penelitian ini, karena pada umumnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan berpengaruh pada kegiatan perusahaan. Secara teoritis, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Tidak hanya itu, semakin tinggi profitabilitas,

maka ukuran perusahaan juga semakin tinggi karena total aset perusahaan secara otomatis akan meningkat.

Profitabilitas merupakan salah hal penting yang harus dimiliki perusahaan untuk menunjukkan kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan bisnis. Dengan meningkatkan keuntungan perusahaan maka kemakmuran pemegang saham akan ikut meningkat. Nilai profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek yang baik bagi perusahaan (Rinofah et al., 2023). Penerapan *Corporate Social Responsibility* secara berkelanjutan bertujuan untuk menyeimbangkan tujuan perusahaan yang tidak hanya berfokus pada profit saja, melainkan juga berfokus pada sosial dan lingkungan.

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang di lakukan oleh Irawan et al. (2023) yang berjudul “Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di bej”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada objek penelitian, dan variabel penelitian. Pada penelitian ini menggunakan perusahaan Perusahaan Go Public yang Menjadi Peserta Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT) yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2022). Sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan Perbankan. Alasan peneliti menggunakan Perusahaan Go Public yang Menjadi Peserta Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT) yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2022) dalam penelitian ini karena perusahaan yang menjadi winner dan terdaftar di Asian Sustainability Report Rating (ASSRAT) dan tahun 2017-2022 (www.ncsr.id). perusahaan-perusahaan tersebut sudah pasti melaksanakan dan melaporkan kegiatan CSR melalui laporan keberlanjutan yang ada di ASSRAT dan didukung dengan adanya fenomena pada perusahaan PT Indocement Tunggul Prakara yang di mana pendapatannya mengalami penurunan pada tahun 2016-2019, tetap melaporkan kegiatan CSR dan membuat laporan keberlanjutan (www.indocement.co.id). Sehingga pada tahun 2020 memperoleh peringkat di ASSRAT menurut National Center of Sustainability Reporting (NCSR) mendapat peringkat gold yang kriteria penilaiannya berkisar dari 83-92. Selain itu, PT

Indocement juga memperoleh Silver Winner pada Annual Report dan program CSR-community pada tahun 2020 (www.ncsr.id). Alasan peneliti menambah variabel profitabilitas karena merupakan saran dari penelitian sebelumnya yang telah menguji Nilai Perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan *Go Public* yang Menjadi Peserta *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASRRAT) yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berdampak pada nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas mampu memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan.
2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh profitabilitas dalam memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian peneliti ini diharapkan dapat bermanfaat antara lain:

1. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini berguna dalam pengembangan teori dan pengetahuan di bidang akuntansi, terutama yang berkaitan dengan nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

2. Bagi para praktisi emiten terutama manajer

Diharapkan dengan melihat hasil pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan dukungan kinerja keuangan sehingga memberikan kemudahan bagi manajemen dalam pengambilan keputusan dalam kaitannya terhadap nilai perusahaan.

3. Bagi peneliti berikutnya

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan sebagai bahan acuan dalam penelitian yang sama dimasa yang akan datang mengenai nilai perusahaan yang telah diteliti dalam penelitian ini.

