

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu tujuan jangka panjang bagi perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Bagi pemegang saham, keberhasilan suatu perusahaan tercermin pada kenaikan nilai perusahaan. Nilai perusahaan memberikan gambaran kepada para pemegang saham mengenai baik buruknya suatu perusahaan dikelola. Bila manajemen mengelola perusahaan dengan efektif dan efisien maka nilai perusahaan dapat meningkat. Pemegang saham sering melihat kenaikan nilai perusahaan dari harga saham. Harga pasar saham yang meningkat mengindikasikan bahwa nilai perusahaan juga meningkat, (Afifah et al., 2021). Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam periode tertentu. Investor akan tertarik untuk menanamkan saham pada perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi, karena dengan profitabilitas tinggi maka return yang diharapkan akan tercapai (Atmaja & Astika, 2018). Selain itu profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk digunakan dalam memproduksi dan memperoleh laba yang diharapkan. Dengan demikian profitabilitas dapat diukur dari seberapa besar aset atau modal yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu, (Kusna & Setijani, 2018). Semakin besar profitabilitas perusahaan diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besar profitabilitas suatu

perusahaan maka ketergantungan perusahaan akan pendanaan eksternal semakin berkurang.

Faktor lain yang ikut menentukan nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak pula biaya operasional yang dikeluarkan. Namun demikian di sisi lain semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin mudah untuk mendapatkan sumber pendanaan. Perusahaan juga akan semakin mudah mendapatkan dana melalui pasar modal karena banyak investor yang lebih tertarik untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dapat diukur melalui besarnya asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan, (Kusna & Setijani, 2018).

Perusahaan pertambangan merupakan salah satu jenis perusahaan yang nilai perusahaannya sangat dipengaruhi oleh pandangan publik dalam melakukan kegiatannya. Sub sektor batubara merupakan yang paling sensitif terhadap fluktuasi perekonomian global. Fenomena yang terjadi pada perusahaan pertambangan khususnya sektor batu bara adalah pada setiap kegiatan penambangan berpotensi memberi dampak negatif secara langsung pada lingkungan sekitar lokasi kegiatan penambangan, dimana hal tersebut sangat mempengaruhi pandangan publik serta stakeholder terhadap perusahaan, sehingga pada dasarnya akan mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri. Kejujuran serta kesediaan perusahaan pertambangan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya menjadi salah satu hal penting yang dijadikan pertimbangan oleh masyarakat serta stakeholder dalam melihat nilai perusahaan selain faktor finansial. Nilai perusahaan yang go public di pasar modal tercermin dalam harga saham perusahaan, sedangkan nilai

perusahaan yang belum go public nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual, prospek perusahaan, risiko usaha, lingkungan usaha dan lain-lain. Pembentukan harga saham disebabkan adanya permintaan dan penawaran atas saham yang disebabkan adanya banyak faktor. Hal ini yang mendasari penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat menyebabkan penurunan dan peningkatan harga saham sebagai cerminan dari nilai perusahaan (Nila & Suryanawa, 2018).

Fenomena yang terjadi yaitu berdasarkan data dari (Kontan.co.id, 2020:1) yang menyatakan bahwa selama tahun 2019 sektor pertambangan mengalami penurunan yang drastis sebesar negatif 12,83%. Anjloknya sektor pertambangan ini dikarenakan harga Batubara yang mengalami penurunan selama tahun 2019 diakibatkan karena pasokan Batubara di pasar global berlebih. Akibatnya dari fenomena ini membuat minat investor menurun dalam menanamkan saham di perusahaan tersebut.

Pada tahun 2019, 2020 dan 2021 merupakan sebuah bencana bagi perusahaan pertambangan khususnya di sektor Batubara. Banyak perusahaan yang kehilangan labanya dikarenakan pengaruh dari Virus COVID-19 yang melanda tanah air pada akhir tahun 2019. Penurunan pendapatan ini disebabkan oleh harga Batubara yang melemah dan memiliki efek pada penurunan rata-rata harga jual Batubara. Perusahaan yang mengalami dampak penurunan ini yaitu , PT Indo Tambang Raya Megah, Tbk (ITMG) dengan perbandingan dari tahun 2018 sebesar Rp28,869,719,400 ke 2019 sebesar Rp24,670,212,960, PT Adaro Energy, Tbk (ADRO) dengan perbandingan dari tahun 2018 sebesar Rp6,738,626,180 ke 2019 sebesar Rp5,347,610,400. Laba bersih dari perusahaan pertambangan khususnya

sektor Batubara ini turun drastis yang menuntut perusahaan untuk melakukan efisiensi operasi (Citradi, 2020:1).

Perkembangan regulasi di Indonesia dan Tiongkok yang menjelaskan akan menekan harga Batubara dari 2019 sampai tahun 2020. Regulasi ini menimbulkan dampak yaitu pendapatan perusahaan tambang menjadi lebih rendah dikarenakan tingkat likuiditas yang tinggi sehingga bisa dikatakan bahwa perusahaan tersebut tidak produktif. Perusahaan yang mengalami likuiditas ini yaitu PT Bukit Asam Tbk (PTBA) dan PT Indo Tambangraya Megah, Tbk (ITMG). Pada tahun 2018-2019 terjadi kenaikan pada kedua perusahaan. Pada perusahaan PT Bukit Asam Tbk (PTBA) pada tahun 2018 memiliki current ratio sebesar 2,38 mengalami kenaikan ditahun 2019 sebesar 2,49, lalu pada perusahaan PT Indo Tambangraya Megah, Tbk (ITMG) pada tahun 2018 memiliki current ratio sejumlah 1,97 mengalami kenaikan pada tahun 2019 sebesar 2,03. Likuiditas yang tinggi akan mengakibatkan kurangnya investor dalam menanam sahamnya di entitas tersebut dikarenakan perusahaan dianggap tidak produktif dalam operasional (Prima, 2019:1).

Pada dasarnya, terdapat beberapa aspek lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu salah satunya dari aspek kinerja sosial dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk pemahaman perusahaan akan pentingnya tanggung jawab perusahaan dalam meminimalisir efek negatif yang timbul dari segala kebijakan dan aktifitas operasional perusahaan. Konsep CSR adalah konsep yang berfokus pada pemenuhan kesejahteraan triple bottom line dengan tidak hanya berorientasi pada profit bagi shareholder semata (*single bottom line*), akan tetapi juga

berfokus dalam membangun hubungan sosial terhadap stakeholder dan kelestarian lingkungan alam sekitar yang diharapkan dapat mendukung peningkatan kinerja dan nilai perusahaan (Aslah, 2021). Konsep CSR dijadikan indikator penting untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Peran CSR sangat penting terlebih bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam dikarenakan perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sesuai dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74 (www.bapepam.go.id). Berdasarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 1/SEOJK.07/2014 tentang Pelaksanaan Edukasi Dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan kepada Konsumen dan/atau Masyarakat serta Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, maka Perseroan melaksanakan program edukasi yang terus dimonitor dan dievaluasi efektivitasnya agar sesuai dengan sasaran, strategi, dan kebijakan Perseroan secara keseluruhan. Program edukasi ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang literasi keuangan yang bermanfaat bagi karyawan dan masyarakat, serta menjalin relasi dan hubungan lebih erat dengan bersinergi dengan captive market. Selain itu, program tersebut menjadi salah satu media brand activation dan promosi, serta bentuk partisipasi Perseroan atas program pemerintah dalam rangka Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Corporate Social Responsibility menjadi salah satu aspek yang dapat dipertimbangkan pengaruhnya dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

Pertambangan merupakan salah satu perusahaan yang memiliki tingkat risiko kerusakan lingkungan yang sangat tinggi. Hal ini dikarenakan kegiatan pertambangan berupa kegiatan dalam rangka penelitian material, pengelolaan mineral pertambangan yang meliputi kegiatan survei umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengolahan dan pemurnian, pengangkutan penjualan, serta kegiatan pertambangan, (Henryanto Wijaya, 2021). Jika tidak dilakukan dengan tepat, dapat berdampak negatif terhadap lingkungan, dan masyarakat. Dampak negatif tersebut berupa penurunan produktivitas lahan, kepadatan lahan yang lebih tinggi, erosi dan pengendapan kerusakan flora dan fauna, kesehatan dan keselamatan masyarakat juga iklim mikro, serta pencemaran polusi dan limbah. Masalah lingkungan yang timbul dari kegiatan operasi perusahaan berupa perusakan lingkungan yang bergerak di bidang pertambangan ini kemudian menjadi dorongan munculnya praktik akuntansi lingkungan sebagai alat pertanggungjawaban atau akuntabilitas publik atas usaha yang dilakukan perusahaan (Ridho, 2019)

Penulis ingin meneliti tentang nilai perusahaan dengan mengaitkan profitabilitas dan ukuran perusahaan dengan memediasi *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara. Berbeda dengan penelitian sebelumnya sampel yang digunakan merupakan laporan keuangan dengan tahun yang terbaru yaitu 2018 – 2021.

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat dirumuskan bagaimana pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dimediasi Corporate Social Responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility?
5. Apakah Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimediasi dengan Corporate Social Responsibility?
7. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimediasi dengan Corporate Social Responsibility?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility.

4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility.
5. Untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimediasi dengan Corporate Social Responsibility.
7. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi dengan Corporate Social Responsibility.

1.4 Manfaat Penelitian

2. Manfaat Akademis

- a. Bagi Universitas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi tambahan literatur pada pengembangan ilmu akuntansi, khususnya mengenai pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dimediasi dengan Corporate Social Responsibility (CSR).
- b. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah pengetahuan, wawasan dan informasi tentang pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dimediasi dengan Corporate Social Responsibility (CSR).

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa membantu pihak pembaca dalam mengambil keputusan dalam menilai perusahaan dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas dan ukuran perusahaan pada perusahaan

melalui pengungkapan CSR, membantu pemegang saham dalam mengambil keputusan terkait investasi pada perusahaan.