

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kemajuan ekonomi yang pesat di era globalisasi telah memicu pertumbuhan signifikan perusahaan baik skala kecil maupun skala besar yang saling bersaing untuk meraih keuntungan yang maksimal. Perusahaan harus siap menghadapi perkembangan dan tantangan yang muncul dari berbagai sektor perusahaan. Tantangan utama melibatkan inovasi bisnis, persaingan dalam digitalisasi modal bisnis, dan persaingan global. Persaingan global memiliki peran penting untuk mewujudkan potensi sukses dari suatu bisnis serta lebih kritis untuk mempertahankan kelangsungan hidup bisnis. Perusahaan berupaya dalam mengelola bisnisnya agar terus berkembang, mencapai kinerja keuangan yang optimal dan menciptakan nilai perusahaan yang tinggi. Penting bagi perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan karena tidak hanya meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan tetapi juga memberikan keuntungan kepada pemegang saham sehingga tujuan perusahaan yang diharapkan dapat terwujud.

Pemahaman investor mengenai keadaan finansial sebuah perusahaan tercermin dalam penilaian nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh kinerjanya (Rosyada & Prajawati, 2022). Tingkat dividen yang diberikan oleh perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan, dimana dividen yang tinggi cenderung meningkatkan harga saham, mencerminkan penilaian investor terhadap nilai perusahaan yang tinggi, dan sebaliknya. Nilai perusahaan juga dapat dilihat

melalui pandangan investor terhadap kenaikan harga saham yang mereka tanamkan (Zurriah, 2022). Naik turunnya nilai perusahaan tidak hanya menunjukkan kinerja keuangan perusahaan tetapi juga berperan sebagai indikator keberhasilannya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin lama investor cenderung menahan kepemilikan modal mereka (Dewi & Suryono, 2019). Pentingnya pengungkapan informasi baik yang bersifat *financial* maupun *non-financial* dapat meningkatkan dan mempertahankan nilai perusahaan (Firmansyah & Helmy, 2023).

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk pengungkapan informasi yang bersifat *non-financial*. Perusahaan yang menjalankan CSR dapat dikatakan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial sehingga nilai perusahaan dapat mengalami peningkatan. Meningkatnya nilai perusahaan tidak hanya sebuah prestasi bagi perusahaan tetapi juga menciptakan citra positif dimata *stakeholder*. Perusahaan yang mengungkapkan CSR memperkuat citra kepada masyarakat bahwa perusahaan bukan hanya fokus pada keuntungan finansial semata, melainkan juga memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat (Oktina et al., 2020). Namun, dalam prosesnya sering kali terjadi konflik legitimasi sehingga diperlukan adanya pengungkapan CSR. Berkembangnya perusahaan akan menyebabkan ketimpangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat tidak terkendalinya aktivitas perusahaan demi meningkatkan profit perusahaan (Nagari et al., 2019).

Perusahaan sektor energi bergerak dalam bidang produksi, distribusi, dan penjualan energi. Energi yang dimaksud dapat berupa minyak bumi, batu bara, tenaga surya, gas alam, listrik, panas bumi, dan angin. Perusahaan sektor energi memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Namun, kegiatan operasional perusahaan juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Perusahaan sektor energi seringkali dipersoalkan sebagai pihak yang paling besar dampaknya terhadap lingkungan karena aktivitas yang dilakukan berkaitan langsung dengan sumber daya alam. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan sektor energi untuk melakukan pengungkapan CSR.

Di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2007 tersebut dijelaskan bahwa setiap Perseroan Terbatas (PT) di Indonesia wajib melaksanakan CSR dan apabila tidak melaksanakan CSR dapat mengakibatkan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku. Namun, dalam praktiknya penerapan program CSR belum sepenuhnya direalisasikan oleh perusahaan (Budiman, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan belum menjalankan kewajiban sosial perusahaan dengan baik. Kesadaran akan CSR perlu ditingkatkan untuk mencapai tujuan pembangunan yang seimbang antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan.

Banyak contoh kerusakan lingkungan akibat aktivitas dari perusahaan sektor energi. Salah satu contoh yang terjadi yaitu pada perusahaan pertambangan nikel yang berada di Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara telah memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Penebangan

hutan untuk area pertambangan tersebut sudah tidak sesuai dengan Izin Pinjam Pakai Kawasan Hutan (IPPKH) dan kerusakan ekosistem pesisir karena kurangnya perhatian terhadap Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) sebelum aktivitas pertambangan dilaksanakan. Beberapa perusahaan yang beroperasi di kawasan tersebut antara lain, PT. Waja Inti Lestari, PT. Babarina Putra Sulung, dan PT WIL yang memberikan dampak negatif bagi lingkungan. Akibat dari aktivitas tersebut adalah pencemaran perairan yang dihasilkan dari material-material pertambangan yang jatuh masuk ke dalam laut sehingga mengganggu ekosistem pesisir (Agussalim et al., 2023). Kondisi tersebut tidak hanya merugikan lingkungan tetapi juga dapat mengancam kesejahteraan masyarakat setempat khususnya para petani rumput laut. Contoh selanjutnya yaitu terjadinya kebocoran gas dan tumpahan minyak dari Sumur Blok *Offshore North West Java* (ONWJ) yang berlokasi di laut Karawang Jawa Barat (BBC News Indonesia, 2019). Kebocoran tersebut menyebabkan pencemaran lingkungan dan kerugian bagi masyarakat di sekitar pesisir Karawang. Berdasarkan fenomena tersebut mencerminkan kurangnya pengelolaan internal perusahaan dalam mematuhi regulasi, maka perusahaan perlu meningkatkan CSR dan memastikan keberlanjutan operasional yang bertanggung jawab.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan nilai perusahaan yang mencerminkan tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Mendra et al., 2021). Jika suatu perusahaan secara konsisten melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR),

maka pasar secara tidak langsung dapat meningkatkan harga saham, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Riyadh et al., 2022). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang baik maka diharapkan nilai perusahaan dapat meningkat dan harga saham perusahaan menjadi tinggi. Seiring dengan meningkatnya profitabilitas dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan juga akan meningkat.

Profitabilitas mencerminkan seberapa besar laba bersih yang diperoleh oleh suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya (Riyadh et al., 2022). Profitabilitas yaitu satu dari sekian indikator yang seringkali dinilai dan dipandang begitu penting oleh penanam modal pada saat menganggap sebuah perusahaan, sebab profitabilitas memperlihatkan kompetensi perusahaan dalam menciptakan profit serta tingkat pengembalian yang bisa diterima oleh penanam modal (Umardani & Trisnaningsih, 2023). Pengukuran profitabilitas perusahaan dapat dihitung menggunakan *Return on Equity* (ROE), suatu rasio yang mengindikasikan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih dari penggunaan ekuitas yang dimilikinya. Semakin tinggi ROE semakin mampu perusahaan meningkatkan nilai perusahaannya dengan mengukur kemampuannya dalam menghasilkan laba terhadap total ekuitas yang dimilikinya (Kristanti, 2020). Alasan penambahan variabel profitabilitas dalam penelitian ini sebagai variabel pemoderasi karena dapat mempengaruhi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, dimana apabila nilai ROE pada suatu perusahaan tinggi, hal itu akan memperkuat pengaruh antar variabel dan sebaliknya, apabila ROE rendah maka akan memperlemah

pengaruh antar variabel. Secara teoritis, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi lebih mampu untuk melaksanakan program CSR dengan kuat, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan karena adanya pandangan positif dari pasar dan pemangku kepentingan terhadap kinerja sosial dan lingkungan perusahaan.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan telah dilakukan dan menyimpulkan berbagai hasil yang bervariasi. Diantaranya, pada penelitian Pramono et al., (2022), Riyadh et al., (2022), Ariadi et al., (2022), Rosyada & Prajawati (2022), Zulaikha & Lestari (2021) dan Rahmantari (2021) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putu et al., (2021), Mukhita et al., (2022), Nabila & Wuryani (2021), Tenriwaru & Nasaruddin (2020) dan Mendra et al., (2021) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Tenriwaru & Nasaruddin (2020) menyimpulkan bahwa dalam perusahaan perbankan, profitabilitas yang diukur dengan ROE memiliki peran penting sebagai variabel moderasi dalam menguatkan hubungan antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Rahmantari (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki kemampuan untuk memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan hasil antara penelitian dengan variabel yang sama.

Dari berbagai hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil yang tidak konsisten, sehingga mendorong perlunya penelitian ini untuk dilakukan dengan tujuan untuk meneliti kembali pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor energi, karena aktivitas perusahaannya menggunakan sumber daya alam dan memiliki dampak langsung pada lingkungan sekitar. Motivasi dibalik penelitian ini adalah keyakinan bahwa pelaksanaan CSR yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022”**.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Memperluas pemahaman tentang pengaruh profitabilitas sebagai faktor moderasi dalam hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.
- b. Sebagai referensi dan perbandingan untuk penelitian di bidang yang sama atau yang berkaitan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk beberapa pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang CSR serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, sehingga teori tersebut dapat diterapkan dalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi pertimbangan penting bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan terkait peningkatan nilai perusahaan dalam operasional bisnisnya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wujud tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengetahuan dan sudut pandang investor atau pemilik modal dalam memahami bagaimana CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga dapat mempertimbangkan penerapan CSR yang dilakukan perusahaan tertentu dalam pengambilan keputusan.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang penting untuk mendorong sikap kritis terhadap aktivitas perusahaan agar tetap bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.