

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan ialah suatu organisasi yang terdiri dari berbagai sumber daya yang bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa agar dapat dijual dan dibeli oleh konsumen. Tujuan utama dari perusahaan ialah memaksimalkan nilai perusahaan (Lasini, 2022). Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan serta tingkat pengembalian yang baik adalah perusahaan yang memiliki nilai yang baik. Perusahaan harus memperhatikan tinggi rendahnya nilai perusahaan karena nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019).

Perusahaan sebagai entitas ekonomi memiliki tujuan jangka panjang dan jangka pendek. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah mencapai keuntungan maksimal sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan sangat penting nilainya karena mencerminkan baik atau tidaknya kinerja suatu perusahaan, yang tentunya dapat memengaruhi opini investor terhadap perusahaan. Perusahaan dengan nilai yang tinggi pasti memiliki kinerja yang baik dan akan memberikan kepercayaan kepada investor untuk proyek yang sedang dikerjakan maupun proyek mendatang (Nursasi, 2020).

Dalam upaya memberikan pertanda atau sinyal positif bagi investor, perusahaan yang *Go Public* harus berusaha meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan efisiensi perusahaan. Terdapat berbagai penelitian telah



dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Secara umum, faktor yang seringkali digunakan untuk menjelaskan bagaimana hal ini mempengaruhi nilai perusahaan adalah faktor keuangan. Faktor keuangan layaknya profitabilitas dan kinerja keuangan. Selain faktor keuangan, ada juga faktor non keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah pertanggung jawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki konsep usaha berkelanjutan yang digunakan untuk mengukur nilai kesuksesan dengan tiga kriteria, yaitu sosial, lingkungan, dan ekonomi (*triple bottom lines*), (Latifah 2020). Selain memberikan informasi mengenai pelaksanaan ekonominya saja, Perusahaan juga harus memberikan informasi mengenai kegiatan sosial dan lingkungannya. Menurut Ramadhina (2022) tujuan dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah untuk memberikan pertanda positif kepada para investor yang pastinya akan menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan. Perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk membentuk nilai atau citra perusahaan yang baik dimata investor. Dengan nilai perusahaan yang baik melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dapat menimbulkan ketertarikan para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Dalam hal ini penilaian perusahaan tidak hanya berdasarkan nilai nominalnya, tetapi juga berdasarkan nilai atau citra yang terdapat pada perusahaan tersebut.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang ada di Indonesia, juga diatur dalam Undang-Undang Perseoran Terbatas yang tercantum pada



No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 yang menyatakan jika suatu usaha yang kegiatannya berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain Undang-Undang Perseoran Terbatas No. 40 pasal 74 Tahun 2007, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 mengenai penanaman modal. Menurut aturan Undang-Undang diatas, para penanam modal usaha diwajibkan untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada lampiran Nomor: KEP-134/BL/2006 berdasarkan Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan, diwajibkan perusahaan untuk memberikan informasi mengenai tata letak perusahaan yang didalamnya terdapat uraian aktivitas dan biaya yang dikeluarkan yang erat hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan dalam laporan tahunan. Penyajian informasi ini telah disarankan dalam PSAK No. 1 Tahun 2004 mengenai Penyajian Laporan Keuangan.

Beberapa perusahaan mulai menyadari pentingnya penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ketika dikeluarkannya peraturan-peraturan yang mengatur mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena kegiatan tersebut merupakan salah satu investasi yang baik untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan serta keberlanjutan usaha, yang akan membawa pengaruh bagi nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini dipandang untuk menjadi ukuran populasi dalam melaksanakan praktik usaha yang baik. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak termasuk dalam central biaya (*cost centre*) melainkan central laba (*profit centre*) bagi



perusahaan di masa mendatang (Titisari, 2020) karena perusahaan mendapatkan keuntungan dari alam, lingkungan, dan masyarakat.

Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan (Triutari, Intan, dan Wirawati, 2018). Perusahaan berjuang agar mendapatkan keuntungan / laba dengan penjualan, total aktiva, maupun modal perusahaan yang disebut profitabilitas (Unsha, 2023). Profitabilitas yang baik akan menarik *stakeholders* yang mencakupi supplier, investor dan kreditur. Mereka akan menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Apabila terdapat profitabilitas yang meningkat, hal ini mampu memengaruhi nilai perusahaan dan akan memiliki kecenderungan untuk menggunakan lebih banyak pinjaman agar memperoleh manfaat pajak (Satriawan dan Bagana, 2023).

Profitabilitas yang meningkat dapat memberikan respon positif bagi investor karena perusahaan tersebut dinilai *profitable* serta mampu untuk memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham melalui pengembalian saham yang tinggi. Apabila perusahaan mampu meningkatkan laba, maka Perusahaan tersebut akan memiliki peluang untuk melakukan perluasan usaha. Perluasan artinya suatu upaya yang dikerjakan perusahaan untuk memperbesar ukuran atau skala perusahaan (Khaty, 2023).

Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi profitabilitas yang diprosikan oleh *Return On Asset* (ROA) terhadap nilai perusahaan ditunjukkan melalui hasil penelitian yang dilakukan Karina dan Setiadi (2020), menunjukkan bahwa *Return On Asset* memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q dan pengungkapan



*Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi terbukti berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* (ROA) perusahaan.

Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan telah banyak peneliti yang melakukan penelitian, diantaranya adalah Wibawa (2018); Sari dan Priyantinah (2018); Imron, Hidayat, dan Alliyah (2018). Teori yang didasari oleh peneliti – peneliti tersebut ialah semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya diprosikan menggunakan rasio keuangan, maka meningkat juga nilai perusahaan. Melalui rasio – rasio keuangan tersebut mampu mencerminkan berapa besar berhasilnya manajemen perusahaan ketika mengelola aset dan kapital yang dimiliki untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Evaluasi prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam laba perusahaan, selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para pemilik dana yaitu merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Ayuningtyas, Kusumawati, dan Petronila (2022), menyatakan struktur risiko keuangan dan perataan laba dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Tiffani (2019) dengan hasil *investment opportunity set* dan *leverage* berpengaruh juga terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian diatas, yang mendukung pernyataan bahwa semakin baik kinerja keuangan yang diperoleh, maka semakin meningkat pula nilai perusahaan. Namun beberapa penelitian memberikan tidak konsisten mengenai dampak kinerja keuangan dalam hal pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan.



Perusahaan pada sektor industri manufaktur telah banyak melakukan eksploitasi terhadap sumber daya alam sebagai bahan baku atau bahan utama dalam produksi barang atau produk antara lain termasuk bahan mentah, air, dan energi yang diperlukan dalam proses produksi. Ketergantungan dan eksploitasi perusahaan terhadap sumber daya alam sangatlah besar sehingga menarik perhatian penulis untuk mengetahui dan menganalisis *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan pada sektor industri manufaktur agar terwujudnya pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan. Dalam hal ini dampak negatif dari kegiatan usaha tidak dapat dihindarkan lagi, karena melalui kegiatan usaha ini banyak hubungan antara organisme-organisme hidup dengan lingkungannya. Pemilihan sektor manufaktur disebabkan, perusahaan yang sudah terdaftar dalam BEI (Bursa Efek Indonesia) telah memiliki *annual report* yang sesuai dengan standart. Oleh sebab itu hal yang menjadi pertimbangan penulis memilih perusahaan sektor manufaktur yang telah terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia) ialah adanya *sustainability report*, karena tidak semua perusahaan memiliki atau membuat *sustainability report* hanya perusahaan yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia).

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## 1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian diatas, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kinerja keuangan berdampak terhadap nilai perusahaan?

3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan variabel moderasi dapat berpengaruh terhadap profitabilitas dan kinerja keuangan serta nilai perusahaan?

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

### 3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi berpengaruh pada profitabilitas dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

### 4 Manfaat Penelitian

#### 4.1 Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan informasi yang bermanfaat sebagai pertimbangan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan dengan pengaruhnya profitabilitas dan kinerja keuangan serta *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menjadi variabel moderasi dan dapat menjadi masukan dalam mengambil keputusan serta kebijakan keuangan perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas dan kinerja keuangan pada perusahaan.

Penelitian ini juga diharapkan mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam melaporkan kinerja keuangan dan inisiatif *Corporate Social*



*Responsibility* (CSR), yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya.

#### 1.4.2 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan nilai tambah berupa pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh profitabilitas dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi. Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti juga memiliki kesempatan untuk mengembangkan kemampuan penelitian mereka, termasuk pengumpulan data, analisis statistik, dan interpretasi hasil penelitian.

#### 1.4.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan demi kemajuan akademis sehingga dapat dijadikan acuan atau referensi untuk penelitian berikutnya. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian serta dapat dijadikan pembanding dalam melakukan penelitian baik yang berhubungan dengan topik penelitian maupun tidak berhubungan.

