

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Sebuah perusahaan yang baik pasti akan memperhatikan potensi finansial dan potensi non finansial yang ia miliki dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaannya agar dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Nilai perusahaan memiliki peranan yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan yang dimiliki maka kesejahteraan dan kebutuhan para pemangku kepentingan perusahaan pun akan ikut terpenuhi dimana hal tersebut merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan. Kemudian dengan terpenuhinya kebutuhan dan kesejahteraan para pemangku kepentingan maka akan mengakibatkan semakin banyak investor yang berminat untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Terjadinya peningkatan permintaan terhadap saham perusahaan akan berdampak pada peningkatan harga saham perusahaan. Harga saham perusahaan merupakan cerminan dari nilai perusahaan. Perusahaan dengan harga saham yang tinggi maka akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi juga. Perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi akan memiliki citra dan reputasi yang baik di mata publik sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Selain berusaha memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan, perusahaan juga berupaya memenuhi tanggung jawabnya terhadap lingkungan

dan sosial masyarakat. Hal tersebut dikarenakan nilai perusahaan juga berhubungan erat dengan kinerja perusahaan di mata masyarakat. Apabila kinerja perusahaan baik maka nilai perusahaan pun akan dinilai baik juga oleh masyarakat. Kinerja baik perusahaan dapat dilihat melalui bagaimana perusahaan mengatasi pencemaran lingkungan yang terjadi dan kesenjangan sosial yang ada di lingkungan masyarakat sekitarnya. Perusahaan dapat menggunakan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan sosial masyarakat. Dengan memanfaatkan *corporate social responsibility* (CSR) secara berkala dan terus menerus maka perusahaan akan dianggap dapat memenuhi tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan sosial masyarakat. Hal tersebut dapat membuat reputasi dan citra perusahaan menjadi semakin baik di mata masyarakat yang dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan.

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu alat yang dijadikan sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang terdiri dari pemegang saham, karyawan, komunitas, pemerintah, masyarakat, dan sebagainya dengan cara memaksimalkan seluruh dampak positif dan meminimalisir adanya dampak negatif di aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial (Rosidah et al., 2018). Totok Mardikanto (2014) mendefinisikan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai suatu konsep yang dibuat oleh perusahaan untuk mengintegrasikan kepeduliannya terhadap lingkungan dan sosial secara sukarela pada kegiatan

operasional bisnis yang dijalankannya dan berinteraksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk mencapai keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) merupakan tindakan atau upaya yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawabannya atas dampak yang dihasilkan oleh aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan dan sosial masyarakat dimana perusahaan itu berada.

Pada beberapa tahun belakangan ini terdapat banyak kasus dan berita mengenai pencemaran lingkungan hidup dan akibatnya. Salah satu penyebab terjadinya pencemaran lingkungan hidup adalah adanya limbah pabrik yang tidak diproses terlebih dahulu sebelum dibuang sehingga mencemari lingkungan hidup di sekitarnya. Pada tahun 2022, Indonesia menjadi negara peringkat pertama di Asia Tenggara dan menduduki peringkat ke-26 di seluruh dunia sebagai negara penyumbang polusi terbesar (IQAir, 2022). Laporan IQAir menyatakan bahwa polusi yang terjadi dapat menyebabkan berbagai dampak dan risiko buruk terhadap kesehatan. Kemudian kota Banten menjadi kota yang paling tercemar di Indonesia yang diikuti oleh kota Jakarta (IQAir, 2022). Sektor perusahaan di Indonesia yang menjadi penyumbang polusi terbesar adalah perusahaan sektor transportasi dan diikuti oleh perusahaan sektor industri. Dengan adanya *corporate social responsibility* (CSR), perusahaan dapat mengurangi dan mengatasi timbulnya berbagai masalah yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan. *Corporate social responsibility* (CSR) yang diungkapkan oleh

perusahaan juga dapat memberikan informasi mengenai seberapa besar tanggung jawab dan kinerja perusahaan dalam menjaga lingkungan hidup kepada masyarakat dan berbagai pihak berkepentingan lainnya.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menguji kembali pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan leverage sebagai variabel kontrol. Hal tersebut dikarenakan adanya ketidak konsistenan hasil pada penelitian-penelitian sebelumnya sehingga memotivasi penulis untuk melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Penulis menetapkan periode tahun 2019-2022 untuk penelitian sehingga hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih relevan dan aktual. Penulis menjadikan perusahaan sektor energi yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2019-2022 sebagai objek dan sampel penelitian.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Pada penelitian ini, penulis merumuskan dan menyimpulkan pokok permasalahan yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian yaitu:

- Apakah *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperoleh hasil mengenai pengaruh *corporate social responsibility* (CSR)

terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan leverage sebagai variabel kontrol pada perusahaan sektor energi yang terdaftar dalam BEI periode tahun 2019-2022. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan informasi-informasi akuntansi yang berhubungan dengan lingkungan dan sosial dalam bentuk pengungkapan informasi yang terdapat dalam *corporate social responsibility* (CSR) yang berguna bagi para investor pada saat membuat dan menentukan keputusan investasi terhadap suatu perusahaan.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Teori**

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan acuan untuk penelitian yang selanjutnya mengenai pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan serta dapat dijadikan sebagai pelengkap dalam penelitian sejenis yang selanjutnya.

##### **1.4.2. Manfaat Praktik**

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam menggunakan dan memanfaatkan *corporate social responsibility* (CSR) pada aktivitas operasional yang dijalankannya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan bagi para investor dan calon investor dalam menetapkan keputusan bisnis yang baik dan tepat.

### **1.5. Batasan Penelitian**

Batasan yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini menggunakan data perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- 2) Penelitian ini menggunakan data yang bersumber pada laporan tahunan dan laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2022.

### **1.6. Analisis Data**

Tahapan analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **1) Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut diperoleh dan bersumber dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor energi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2022. Data yang dikumpulkan berkaitan dengan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian yaitu nilai perusahaan, *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas, dan leverage.

#### **2) Menganalisis Data**

Melakukan perhitungan yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan *corporate social*

*responsibility* (CSR) sebagai variabel independen serta profitabilitas dan leverage sebagai variabel kontrol.

### 3) Pengujian Hipotesis

Setelah memperoleh seluruh data yang diperlukan dan dihitung menggunakan pengukuran masing-masing variabel maka akan dilakukan pengujian hipotesis terhadap hasil pengukuran data tersebut. Sebelum melakukan uji hipotesis perlu dilakukan uji pendahuluan terlebih dahulu yang terdiri dari uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik. Pada uji asumsi klasik akan dilakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Kemudian pada uji hipotesis akan dilakukan dengan uji nilai T (uji parsial), uji nilai F (uji kelayakan model), dan uji koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*). Setelah itu akan dilakukan interpretasi dan analisis data atas hasil pengujian statistik.

## 1.7. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini terdapat lima bab yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

### BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, analisis data penelitian, dan sistematika pembahasan penelitian.

## **BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Pada bagian ini memuat uraian mengenai landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis penelitian.

## **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bagian ini memuat secara terperinci mengenai metode penelitian yang digunakan penulis beserta objek penelitian, sampel penelitian, variabel penelitian, model penelitian, dan pengujian analisis data yang digunakan dalam penelitian,

## **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini memuat tentang deskripsi hasil penelitian, hasil analisis data penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V: PENUTUP**

Pada bagian ini memuat tentang kesimpulan atau ringkasan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran penulis untuk penelitian yang selanjutnya.