

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate social responsibility (CSR) merupakan salah satu aspek utama yang wajib diprioritaskan oleh perusahaan dalam rangka peningkatan nilai perusahaan. Implementasi CSR secara berkelanjutan dapat memperkuat penerimaan, dan dukungan masyarakat terhadap keberadaan suatu perusahaan. *Corporate social responsibility* diharapkan menyelaraskan rencana guna memaksimalkan keuntungan bagi mayoritas perusahaan dengan memprioritaskan kepentingan pemegang saham, dan mengesampingkan kepentingan pemangku kepentingan lainnya. Dibandingkan dengan pihak lain yang tidak terlibat secara langsung dalam pencapaian tujuan perusahaan, memiliki potensi lebih besar dalam mempengaruhi arah, dan pertumbuhan perusahaan dibandingkan pihak lain. Kehadiran investor mendorong perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan menarik minat investor baru.

Analisis memilih penelitian dengan variabel CSR adalah karena peran pentingnya dalam menjaga hubungan baik antara pemasok, dan pemegang saham, terutama dalam mengelola perusahaan berdasarkan kinerja keuangannya untuk melindungi hak-hak pemegang saham. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, pelaku bisnis harus memperhatikan aspek keuangan terutama dalam pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan. Implementasi CSR digunakan perusahaan untuk melindungi lingkungan, mendukung masyarakat sekitar, dan memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingannya. *Corporate social responsibility* mencakup komitmen jangka panjang terhadap perilaku etis, meningkatkan ekonomi lokal, dan internasional serta meningkatkan kesejahteraan keluarga. *Corporate social responsibility* bukan hanya sekedar uang, melainkan kewajiban terhadap semua pihak yang terlibat (*stakeholders*).

Perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam secara berkelanjutan diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, dan lingkungan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. Pasal 74 ayat (1) menegaskan pentingnya menghormati nilai-nilai, norma, dan adat istiadat setempat serta mendorong terjalinnya hubungan yang harmonis, dan adil antara perusahaan, dan masyarakat setempat. Apabila perusahaan tidak melaksanakan kewajiban ini, sanksi hukum akan diberlakukan sesuai ketentuan Pasal 74 ayat (3), yang pada akhirnya berperan dalam membangun citra positif perusahaan dimata masyarakat. Dengan demikian, komitmen terhadap lingkungan, dan masyarakat akan memperkuat reputasi perusahaan secara keseluruhan.

Kristanti (2022) menyatakan, bahwa penerapan *corporate social responsibility* perusahaan memilik pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain penelitian Wulandari *et al.* (2016) mengungkapkan, bahwa hubungan yang erat antara perusahaan, dan pemangku kepentingan dapat memberikan kontribusi positif bagi peningkatan nilai perusahaan melalui berbagai mekanisme. Hubungan yang baik akan berkontribusi pada pertumbuhan berkelanjutan, terlihat dari peningkatan harga saham, dan profitabilitas perusahaan. Rahmantari *et al.* (2019) menyatakan bahwa meningkatkan reputasinya di mata publik dengan menerapkan *corporate social responsibility* yang efektif. Nilai perusahaan akan terus bertumbuh dengan mempertimbangkan nilai-nilai sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup baik di lingkungan internal, dan eksternal.

Dengan menunjukkan rata-rata penjualan bersih yang konsisten dalam beberapa tahun terakhir, ukuran perusahaan (*firm size*) sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan besar umumnya lebih dikenal oleh masyarakat, dan dianggap memiliki stabilitas keuangan yang lebih baik dibandingkan perusahaan kecil. Oleh karena itu, ukuran yang lebih besar sering kali memperkuat pandangan positif, dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap nilai perusahaan. Akibatnya, masyarakat akan lebih mempercayai barang, dan jasa yang diberikan

oleh perusahaan besar. Penjualan perusahaan akan meningkat, karena kepercayaan masyarakat, meningkatkan profitabilitas, dan kesejahteraan pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan, dan membuat pasar meremehkan kinerjanya (Octaviany & Hidayat, 2019).

Ada berbagai parameter yang bisa digunakan untuk mengukur ukuran termasuk jumlah keseluruhan aset, pendapatan penjualan, penilaian ekuitas dapat digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan. Alasan memilih rasio ukuran perusahaan adalah karena membantu menyusun dasar dalam mengklasifikasikan perusahaan sesuai dengan ukuran, dan indikator yang digunakan (Widiastari & Yasa, 2018). Berdasarkan penelitian Indriaty *et al.* (2024), menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan berskala besar memiliki keunggulan dalam negosiasi keuangan, dan lebih mudah mengakses pendanaan di pasar modal. Seiring dengan pertumbuhan perusahaan, dan peningkatan popularitasnya, daya tariknya di mata masyarakat semakin kuat, didukung oleh kepercayaan yang dibangun melalui penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (Korniasari & Adi, 2021).

Dalam membuat keputusan investasi, nilai perusahaan sangat penting bagi seorang investor, dan pemegang saham. Berdasarkan penelitian Majid & Purwanto (2024), mengungkapkan bahwa nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas yang signifikan. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan tujuan utama pemegang saham, karena besar harapannya akan memberikan keuntungan jangka panjang. Kenaikan harga saham menjadi indikator yang diharapkan oleh pemegang saham, karena mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Alasan memilih rasio nilai perusahaan adalah karena kenaikan harga saham suatu perusahaan biasanya menandakan peningkatan kesejahteraan bagi para pemegang saham, yang merupakan salah satu harapan utama para investor (Nurul Hikmah *et al.*, 2023).

Kenaikan nilai perusahaan saat ini menjadi sumber kebanggaan bagi investor, dan menarik perhatian bagi calon investor serta pemegang saham baru.

Implementasi CSR yang tepat dapat berdampak besar dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Selain itu, pendekatan CSR yang baik dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat. Dampak ini juga membantu meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mendukung kinerja bisnis secara menyeluruh. Dengan demikian, strategi CSR yang cermat tidak hanya menguntungkan reputasi, tetapi juga berkontribusi pada daya tarik investasi.

Alasan memilih rasio profitabilitas adalah karena profitabilitas mencerminkan suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam suatu periode dengan memanfaatkan tingkat penjualan, aset, dan ekuitas yang dimilikinya (Belkhaoui *et al.*, 2020). Untuk menjaga kelangsungan bisnis dalam jangka panjang, profitabilitas merupakan komponen penting. Oleh karena itu, profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan melalui pengurangan biaya operasional, peningkatan efisiensi penjualan, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih cerdas. Dengan profitabilitas yang baik, perusahaan akan memberikan pengembalian investasi kepada investor yang telah menanamkan modal dalam sahamnya, yang terdiri dari tingkat pengembalian, dan keuntungan yang diperoleh saat menjual kembali aset perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan akan bertambah sejalan dengan ekspektasi imbal hasil dari para investor, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Dalam penelitian terdahulu Jovita & Lisandri (2020), menyatakan bahwa ketika profitabilitas perusahaan meningkat, perusahaan memiliki kesempatan untuk menunjukkan komitmen yang lebih besar terhadap pelaksanaan CSR. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat mendorong manajemen internal untuk secara aktif terlibat dalam kegiatan CSR, dan berkomunikasi terbuka dengan pemegang saham, yang pada akhirnya dapat meningkatkan citra, atau reputasi perusahaan (Wulandari *et al.*, 2016). Dengan profitabilitas yang tinggi, minat, dan harapan para pemangku kepentingan terhadap transparansi perusahaan juga akan meningkat, karena para pemangku kepentingan mengharapkan transparansi

tentang aktivitas perusahaan (Jovita & Lisandri, 2020). Oleh karena itu, pengembangan profitabilitas akan berkontribusi pada pertumbuhan nilai perusahaan disebabkan profitabilitas menjadi indikator penting bagi investor; apabila harga saham perusahaan tinggi, maka tingkat pengembalian kepada investor tinggi, yang akhirnya meningkatkan nilai perusahaan sesuai dengan tujuan dari sebuah perusahaan (Sugosha & Artini, 2020). Dengan kata lain, fokus pada profitabilitas tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga menarik minat, dan membangun kepercayaan di kalangan investor.

Dalam penelitian ini, terdapat 25 perusahaan yang menjadi subjek utama analisis peneliti. Periode penelitian mencakup tahun 2019 hingga 2023, dipilih untuk memantau perubahan signifikan sebelum, selama, dan setelah pandemi Covid-19. Dari total 45 perusahaan yang tersedia, penulis memfokuskan pada 25 perusahaan dengan pertimbangan strategis, yakni relevansi CSR dalam menghadapi isu lingkungan, dan tanggung jawab sosial, khususnya di sektor energi. Profitabilitas dipertimbangkan sebagai variabel moderasi guna menilai sejauh mana perusahaan dapat mengalokasikan sumber dayanya untuk melaksanakan CSR secara efektif. Sektor pertambangan dipilih karena memiliki peran krusial dalam ekonomi melainkan menghadapi tantangan besar dalam menerapkan praktik berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan topik **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Energi Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2019 – 2023)”**. Penelitian ini akan memusatkan pada penggunaan perusahaan pertambangan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan mengeksplorasi pengaruhnya terhadap masyarakat di tingkat nasional maupun internasional. Sebagai tambahan, penulis menggunakan rumus nilai kapitalisasi pasar (*market capitalization*) sebagai kebaruan dalam penelitian ini. Penelitian ini

memanfaatkan data dari perusahaan pertambangan di sektor energi yang terdaftar di BEI periode tahun 2019-2023, bertujuan untuk menyajikan analisis mendalam yang relevan terkait kinerja, dan hubungan antar variabel yang diteliti. Peneliti berharap melalui penelitian ini dapat memperluas pemahaman mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis merumuskan beberapa pertanyaan utama yang akan menjadi fokus pembahasan, dan analisis, antara lain:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sektor energi di BEI periode tahun 2019-2023?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sektor energi di BEI periode tahun 2019-2023?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan pertambangan sektor energi di BEI periode tahun 2019-2023?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan pertambangan sektor energi di BEI periode tahun 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan pada penelitian ini, terdapat tujuan penelitian, antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh positif *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sektor energi di BEI periode tahun 2019-2023.

2. Untuk menganalisis pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sektor energi di BEI periode tahun 2019-2023.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan pertambangan sektor energi di BEI periode tahun 2019-2023.
4. Untuk menganalisis pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan pertambangan sektor energi di BEI periode tahun 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sejumlah manfaat yang bermanfaat, dan dapat diterapkan secara praktis. Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman berharga, dan sumber referensi yang memperkaya pemahaman tentang hubungan antara *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, nilai perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sehingga bermanfaat untuk penelitian serupa di masa mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktik

Penulis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, bagi perusahaan dalam menerapkan *corporate social responsibility*, memahami hubungan ukuran perusahaan, nilai perusahaan, dan profitabilitas dalam mendukung strategi operasional yang lebih efisien. Di sisi lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu investor, baik yang berpengalaman maupun pemula, dalam mengambil keputusan investasi yang cerdas, dan berdasarkan analisis yang komprehensif.

1.5 Batasan Masalah

Dalam menganalisis suatu masalah, memerlukan pencarian batasan masalah, sehingga tercapai sebuah tujuan. Selain itu, akan memberikan kemudahan bagi peneliti dalam membatasi permasalahan, agar dapat terfokus pada hal yang perlu dilihat. Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian difokuskan pada variabel *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, nilai perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel yang memoderasi, dengan objek penelitian perusahaan pertambangan sektor energi yang terdaftar di BEI selama periode tahun 2019-2023.
2. Penelitian ini akan memanfaatkan data yang bersumber dari laporan tahunan, dan *sustainability report* perusahaan pertambangan di sektor energi yang terdaftar di BEI untuk periode tahun 2019-2023.
3. Penelitian ini akan menggunakan perusahaan terpilih yang terdaftar di BEI, dan beroperasi pada perusahaan pertambangan di sektor energi sebagai objek studi.

1.6 Sistematika Penelitian

Dalam memperjelas pembahasan penelitian, diperlukan adanya sistematika pembahasan. Sistematika pembahasan berfungsi dalam menjelaskan secara rinci urutan yang akan dibahas dalam penyusunan laporan penelitian. Sistematika ini, akan dijelaskan dalam bentuk narasi singkat pada masing-masing babnya. Sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari tiga bab diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara rinci mekanisme penelitian, meliputi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian. Selain itu, bab ini juga akan menjelaskan metode analisis data penelitian yang digunakan, dan menjabarkan sistematika pembahasan yang akan diterapkan dalam penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, dibahas landasan teori yang mendasari penelitian, termasuk kajian terhadap penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian yang akan digunakan.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menyajikan penjelasan komprehensif mengenai metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini mencakup objek, dan subjek penelitian, sampel yang dianalisis, variabel yang digunakan, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memberikan gambaran hasil penelitian yang diperoleh, analisis data yang dilakukan, temuan penulis, pembahasan mengenai makna, dan implikasi hasil penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menyajikan kesimpulan, dan ringkasan hasil penelitian yang telah diperoleh, dilengkapi dengan penjelasan mengenai keterbatasan yang dihadapi selama proses penelitian. Selain itu, bab ini memberikan saran-saran yang dihasilkan berdasarkan temuan-temuan yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini.