

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Nilai perusahaan merupakan indikator penting dari suatu perusahaan publik di mata para pemegang saham, dan untuk itu Djaja (2020) menyatakan bahwa perusahaan akan selalu menciptakan dan merealisasikan nilai perusahaannya dalam mempertahankan para pemegang saham. Dia pun melanjutkan dengan mengatakan “*top management* selalu diperhadapkan dengan pertanyaan klasik yaitu ‘bagaimana menaikkan nilai perusahaan untuk kepentingan para pemegang saham?’” Pertanyaan tersebut mengartikan bahwa aktivitas bisnis perusahaan dieksekusi dengan terselubung maksud atau kepentingan untuk mempertahankan dan juga meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan pula berhubungan dengan persepsi investor terkait kapasitas kesuksesan dari suatu perusahaan (Rajagukguk et al., 2019) sehingga menjadi penting untuk dipertahankan atau ditingkatkan. Tujuan penelitian ini pun adalah untuk menguji variabel yang, berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Aktivitas bisnis perusahaan sering disertai dampak negatif terhadap lingkungan. Suatu perusahaan sektor barang dan konsumsi adalah contoh

aktivitas yang lekat dengan isu lingkungan sosial. Hal ini dikarenakan perusahaan demikian bergerak cepat dalam produksinya—*fast-moving*—melihat sifat dasar produk barang dan konsumsi demikian yang cepat habis dari pembelian yang selalu dibutuhkan atau diminati—*non-cyclicals*. Akhir-akhir ini marak terjadinya protes masyarakat terhadap perusahaan yang disebabkan oleh kasus isu lingkungan. PT Mayora, PT Indofood, PT Wilmar Indonesia dan PT Unilever adalah beberapa dari sekian banyak perusahaan yang berurusan dengan isu ini. Contoh aktivitas secara spesifik adalah penjualan air kemasan galon sekali pakai oleh PT Mayora. Selain itu, audit sampah 25 Juli hingga 21 Agustus oleh Ecoton di pantai timur Surabaya menunjukkan total 1.776 sampah yang terdiri dari 220 merek milik 127 perusahaan dan PT Indofood pun turut teridentifikasi di dalamnya. PT Unilever juga menghadapi permasalahan sampah di mana PT Unilever telah menyumbangkan kurang lebih 30.000 ton sampah pada observasi di tahun 2020 (Kholisdinuka, detik.com). Ada pula permasalahan limbah muncul dari proses bisnis PT Wilmar Cahaya Indonesia yang menimbulkan pencemaran air di sungai tempat masyarakat bekerja sebagai petani, pemancing ikan dan petani karet (ecoton, 2020).

Operasional perusahaan jelas berdampak terhadap lingkungan dan menggerakkan masyarakat untuk menuntut perusahaan agar lebih memperhatikan dampak yang timbul dari operasional perusahaan dan lebih bertanggungjawab (Maryanti & Fithri, 2017). Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pun penting untuk mengikat perusahaan pada

akuntabilitas atau tanggungjawabnya atas dampak lingkungan akibat aktivitas bisnis. Atas dasar tuntutan masyarakat agar perusahaan terbuka dan bertanggungjawab, perusahaan pun perlu mempertimbangkan penerapan *CSR* dan untuk itu juga mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah salah satu aspek keuangan yang signifikan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Banyak perusahaan tentu menganut paradigma yang berorientasi profit. Ini dikarenakan dengan mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya, perusahaan dikatakan berhasil memaksimalkan sumber daya. Profitabilitas, yang pada umumnya diartikan sebagai kemampuan untuk memhasilkan laba bersih dari keseluruhan operasi bisnis perusahaan, menjadi aspek penting untuk diperhatikan khususnya investor. Menurut Agustina (2013) adalah suatu kewajiban bagi investor untuk menjadikan profitabilitas sebagai perhatian utama karena tujuan mendirikan perusahaan itu sendiri adalah untuk memperoleh keuntungan. Tingkat profitabilitas yang tinggi menjadi pertimbangan berarti dalam keputusan investasi investor dan dapat mempengaruhi penciptaan nilai suatu perusahaan. Sehingga, perusahaan pun perlu mempertimbangkan penciptaan nilai perusahaan lewat kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Produk perusahaan non-cyclicals adalah produk kebutuhan primer yang berarti masyarakat membeli produk tersebut atas dasar kebutuhan atau minat yang dimana terlepas dari keadaan ekonomi. Berbeda dengan saham

perusahaan lainnya, perusahaan non-cyclicals tergolong perusahaan dengan pergerakan harga atau nilai saham yang tahan atau defensif di saat terjadinya resesi. Di kala ekonomi membaik, produk non-cyclicals tetaplah menjadi kebutuhan primer yang dibeli masyarakat. Saham perusahaan ini pun menjadi saham yang defensif, bervolatilitas rendah dan cenderung dapat diprediksi. Dari perspektif ini, penciptaan nilai perusahaan lewat produksi bisnis perusahaan pada umumnya terkesan tidak signifikan. Dari perspektif yang sama, penelitian ini pun akan membuktikan signifikansi penciptaan nilai perusahaan lewat atau berpatokan pada profitabilitas dan pengungkapan *CSR*.

Penelitian terkait hubungan *CSR* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan sudah dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut pun beragam khususnya dari sisi *CSR* sebagai variabel independen. Maryanti dan Fithri (2017) mendapatkan hasil yang positif antara *CSR* dan nilai perusahaan. Simanjuntak, Sadalia, dan Muda (2020) juga memberikan hasil yang sama dan menyimpulkan kenaikan dalam nilai pengungkapan *CSR* direfleksikan dalam kenaikan pada nilai perusahaan. Suwasono (2021) mengatakan bahwa *CSR* mempengaruhi nilai perusahaan dan memiliki pengaruh yang signifikan pada penelitiannya di perusahaan industri manufaktur. Penelitian yang lain juga memberikan hasil positif pada hubungan *CSR* dan nilai perusahaan (Lusmeida, 2020; Chung, Jung, & Young, 2018; Kamaliah, 2020). Adapun penelitian yang mendapatkan hasil yang berbeda seperti pada penelitian Hendrick dan Jurianti (2015), Worokinasih dan Zaini

(2020), dan Okafor, Adusei, dan Adeleye (2021) yang menyimpulkan bahwa *CSR* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Untuk variabel independen yaitu profitabilitas, penelitian terkini memberikan hasil yang positif atas hubungan profitabilitas dan nilai perusahaan (Hasian dan Suputra, 2021; Hadiwibowo dan Sufina, 2020; Suwasono, 2021; dan Sulhan dan Pratomo, 2020). Dalam penelitian lain, Sondakh (2019) dan Putranto (2018) mendapati hasil yang sebaliknya yakni profitabilitas tidak berdampak dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

### **1.2 Ruang Lingkup Masalah**

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang diadakan oleh Chung, Jung, & Young (2018) di mana pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan diuji. Dalam tulisan ini, pengujian model penelitian sendiri dilakukan kembali namun pada data dan konteks yang berbeda. Penelitian tersebut dilakukan menggunakan sampel dan data dari perusahaan-perusahaan di pasar Korea untuk diuji pengaruh pengungkapan *CSR*, sebagai variabel independen, terhadap nilai perusahaan, sebagai variabel dependen. Pengukuran variabel independen dalam penelitian tersebut menggunakan *Korea Economic Justice Index (KEJI)* yang merupakan metrik *CSR* penting di Korea, dan Tobin's Q sebagai pengukuran untuk variabel dependen. Dilihat dari penggunaan pengukuran *CSR* berdasarkan index milik Korea, yaitu KEJI, dapat dikatakan bahwa SEOJK Nomor 16/SEOJK.04/2021

dapat menjadi pedoman pengukuran *CSR* di Indonesia. Replikasi penelitian yang dimaksud pun yaitu penggunaan SEOJK Nomor 16/SEOJK.04/2021 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Terbuka sebagai pengukuran variabel independen dan *Tobin'Q* sebagai pengukuran variabel dependen, nilai perusahaan. Adapun tambahan pada variabel independen yakni tingkat profitabilitas yang akan diukur dengan rasio *Return on Asset (ROA)*. Penambahan variabel ini tidak lepas dari hubungannya yang erat pada penciptaan nilai perusahaan itu sendiri.

Penelitian Chung et al (2018) melingkupi keseluruhan industri di pasar Korea yaitu yang berdasarkan *Korean Standard Industrial Classification (KSIC)*. Di Indonesia sendiri terdapat klasifikasi serupa dan terbaru yaitu *Indonesia Stock Exchange Industrial Classification (IDX-IC)* yang menggantikan *Jakarta Stock Industrial Classification (JASICA)*. Berbeda dari penelitian Chung et al (2018) yang mengambil sampel dari keseluruhan klasifikasi industri di Korea, penelitian ini berfokus pada satu klasifikasi dari *IDX-IC* yaitu sektor berkode D yaitu sektor perusahaan *consumer non-cyclicals* dan secara spesifik beroperasi pada periode 2017 hingga 2021.

### 1.3 Identifikasi Masalah

Sektor *consumer non-cyclicals* adalah sektor yang bergerak cepat (*fast-moving*) pada produksi dan juga pada masa pemakaian produknya. Hal tersebut memiliki implikasi yang erat dengan tanggung jawab atau akuntabilitas

perusahaan terhadap aspek lingkungan seperti sampah, limbah, emisi dan lain sebagainya. Selain melihat tuntutan akuntabilitas perusahaan oleh masyarakat yang meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran pentingnya pelestarian lingkungan, implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi penting dengan adanya implikasi lain pada penciptaan nilai perusahaan. Implementasi CSR ini sendiri terkadang menimbulkan kebingungan dari segi manfaatnya karena dianggap sebagai sebuah biaya yang ditanggung sendiri ketimbang suatu investasi (Chung et al, 2018). Lewat penelitian ini, pengaruh CSR akan diteliti dampaknya terhadap nilai perusahaan.

Adapun profitabilitas suatu perusahaan menjadi aspek lain penciptaan nilai perusahaan. Melompat dari isu lingkungan dimana CSR menjadi suatu aspek krusial tersendiri, profitabilitas menjadi aspek yang penting diketahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sendiri adalah daya tarik yang kuat perusahaan bagi para investor. Hal itu berarti dengan meningkatnya profitabilitas suatu perusahaan maka semakin banyak investor yang tertarik berinvestasi demi mencari keuntungan yang tinggi sejalan dengan profitabilitas perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan akan diteliti dalam penelitian ini untuk melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan *non-cyclicals*.

#### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang menjadi perhatian dalam penelitian ini:

1. Apakah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah tingkat profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?

#### 1.5 Pembatasan Masalah

Penelitian ini akan membahas dua faktor penentu nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan profitabilitas. Kedua faktor tersebut dipilih karena hubungan isu lingkungan saat ini serta pentingnya penghasilan laba terhadap penciptaan ataupun peningkatan nilai perusahaan. Pengaruh pengungkapan CSR serta tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan akan dibatasi sampai pada pelaporan keuangan dan non-keuangan perusahaan sektor D atau sektor *non-cyclicals* terdaftar pada *IDX-IC* periode pembukuan 2017 sampai 2021.

#### 1.6 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

### **1.7 Manfaat Penelitian**

#### **1. Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan membantu meningkatkan pemahaman bersama terkait pengaruh yang muncul dari aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

#### **2. Perusahaan**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pelaku bisnis atau perusahaan publik berupa pemahaman yang lebih mendalam terkait pengaruh pemenuhan tanggung jawab bagi lingkungan dan sosial, dan pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaannya.

#### **3. Investor**

Lewat penelitian ini diharapkan para investor dapat memperoleh wawasan lebih mendalam akan salah satu penentu suatu nilai perusahaan yaitu pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan profitabilitas.

### 1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan penelitian ini disusun secara sistematis untuk menyediakan pemahaman. Penelitian ini pun dibagi menjadi lima bagian antara lain:

1. BAB I: Pendahuluan

Bab I berisi latar belakang masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Komponen lain yang dijelaskan dalam bab ini yaitu identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penelitian.

2. BAB II: Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis

Bab ini membahas mengenai pembahasan pada tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori dan pengertian-pengertian dasar yang akan digunakan untuk memecahkan masalah. Selain itu bab ini juga akan menjelaskan tentang teori-teori yang berhubungan erat dengan pokok pembahasan yang akan diuraikan dalam suatu landasan teori, hasil penelitian sebelumnya. Kerangka pemikiran dan juga hipotesis penelitian.

3. BAB III: Metodologi Penelitian

Bab yang berisi tentang deskripsi bagaimana penelitian ini akan dilakukan secara operasional. Data-data pada penelitian, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, definisi operasional dari variabel penelitian, sampel penelitian, serta jenis dan sumber data dan juga metode pengumpulan data maupun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 4. BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menguraikan perihal deskripsi objek penelitian, analisi data yang digunakan serta interpretasi dan argumen dari hasil penelitian.

#### 5. BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi. Pada bab ini terdapat kesimpulan yang menyajikan secara singkat apa saja yang diperoleh dari pembahasan, keterbatasan yang berisi tentang kelemahan dari penelitian serta saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.

