

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan adalah suatu kondisi tertentu yang mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan selama beroperasi. Nilai ini sering kali diukur melalui nilai pasar yang tercermin dari harga saham. Peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan, karena nilai ini dianggap sebagai cerminan kinerja perusahaan dan prospek masa depannya. Investor menilai perusahaan melalui pergerakan harga saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, sehingga manajemen perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi persepsi pasar, termasuk tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Wijaya, Tania, and Cahyadi 2021)

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi bagian penting dari strategi perusahaan dalam menjaga hubungan dengan masyarakat dan lingkungan. CSR tidak hanya menjadi kewajiban hukum, tetapi juga dianggap sebagai mekanisme untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik dan investor. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), CSR adalah komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup pekerja, komunitas lokal, dan masyarakat luas (Indah and Risma Deviyati 2022).

Pada sisi lain, nilai perusahaan menjadi indikator utama yang menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek masa depan suatu perusahaan. Nilai perusahaan sering kali diukur melalui harga saham, yang mencerminkan kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan jangka panjang. Profitabilitas yang diukur dengan rasio-rasio keuangan seperti *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), menjadi salah satu faktor utama yang diperhatikan investor. Semakin tinggi profitabilitas, semakin besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aset dan ekuitasnya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Umiyati 2021). Meskipun CSR telah menjadi strategi yang umum digunakan oleh

perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan hubungan dengan para pemangku kepentingan, dalam beberapa kondisi, hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak selalu berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan yang aktif melibatkan stakeholder melalui inisiatif CSR dapat membangun hubungan yang lebih baik, yang berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Freeman, 1984). Namun, terdapat penelitian yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, terutama di sektor industri tertentu yang lebih berfokus pada profitabilitas.

Oleh karena itu, penelitian ini muncul dari kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai bagaimana CSR dan profitabilitas (ROA dan ROE) berinteraksi atau berkompetisi dalam memengaruhi nilai perusahaan, khususnya di sektor-sektor padat modal dan dalam kondisi ekonomi yang fluktuatif. Penelitian lanjutan diperlukan untuk menentukan apakah CSR dapat tetap relevan dalam meningkatkan nilai perusahaan di tengah fokus yang lebih besar pada profitabilitas. Penelitian ini juga bisa menjelaskan lebih lanjut tentang kondisi spesifik yang membuat salah satu faktor lebih berpengaruh daripada yang lain (Oktina et al., 2020).

Perusahaan pertambangan dihadapkan pada berbagai permasalahan yang signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Salah satu tantangan utamanya adalah fluktuasi harga komoditas yang menciptakan ketidakpastian pendapatan dan menurunkan kepercayaan investor (Umiyati, 2021). Selain itu, peningkatan regulasi lingkungan memaksa perusahaan untuk berinvestasi lebih besar dalam upaya kepatuhan, yang pada gilirannya meningkatkan biaya operasional dan mengurangi profitabilitas. Dampak berkelanjutan dari pandemi COVID-19 juga memperburuk kondisi operasional, dengan terganggunya rantai pasok global dan keterbatasan tenaga kerja, yang secara langsung mempengaruhi efisiensi perusahaan (Nugraha and Putera 2021).

Jika CSR meningkat, maka investor mendapatkan lebih banyak informasi positif tentang kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan, sehingga mereka lebih tertarik untuk berinvestasi. Hubungan positif ini memperkuat citra perusahaan di mata publik dan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Dengan citra perusahaan yang baik, investasi berkelanjutan akan terjadi, yang kemudian

meningkatkan harga saham. Ini menunjukkan bahwa CSR berperan sebagai sinyal positif bagi investor, yang dapat mendorong peningkatan minat mereka. Jika harga saham naik akibat peningkatan investasi, nilai perusahaan yang diukur melalui nilai buku saham (PBV) juga akan meningkat. Dalam hal ini, CSR menjadi salah satu variabel yang dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan, meskipun kinerja keuangan seperti profitabilitas tetap memainkan peran penting.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan berkelanjutan yang berkontribusi terhadap perekonomian, memberikan dampak terhadap lingkungan dan masyarakat, serta meningkatkan kualitas sarana dan keberlanjutan kehidupan masyarakat (Rahma et al. 2022). *Corporate social responsibility* (CSR) menjadi pusat perhatian untuk melibatkan komunitas lokal. Masyarakat akan bangga jika suatu perusahaan juga peduli terhadap lingkungan, karena diasumsikan bahwa perusahaan juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Dalam industri pertambangan freeport, *corporate social responsibility* (CSR) merupakan bagian dari perencanaan bisnis strategis yang paling penting (Dhamayanti 2021).

Selain faktor dari *corporate social responsibility* (CSR), terdapat faktor profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari penjualan, aset dan modal sendiri asalkan profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan laba dengan harta atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Profitabilitas perusahaan menjadi salah satu landasan untuk menilai kondisi perusahaan, maka diperlukan alat analisis untuk mengevaluasinya. Indikator keuangan merupakan alat analisis. Indikator profitabilitas digunakan untuk mengukur kinerja manajemen dalam kaitannya dengan penjualan dan hasil investasi (Wayan, 2022).

Jika profitabilitas meningkat melalui rasio *Return on Assets* (ROA) atau *Return on Equity* (ROE), maka perusahaan menunjukkan efisiensi dalam menghasilkan laba dari aset dan ekuitasnya. Investor akan menilai kinerja keuangan perusahaan sebagai tanda positif, sehingga mereka lebih tertarik untuk berinvestasi. Hubungan positif antara profitabilitas dan minat investor ini memperkuat citra perusahaan pada pasar saham. Jika citra perusahaan semakin baik dan investasi terus meningkat, harga saham perusahaan akan naik. Akhirnya, nilai perusahaan

yang diukur dengan nilai buku saham (PBV) juga akan meningkat. Dalam hal ini, profitabilitas memainkan peran penting sebagai faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, di mana perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung lebih menarik bagi investor dan memiliki nilai yang lebih tinggi di pasar saham.

Profitabilitas perusahaan merupakan variabel penting yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam berinvestasi yang dimana hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rosady, 2018), (Shintiya, 2023), (Anggraeni, 2020) tingginya profitabilitas suatu perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan, dan hal tersebut bergantung pada bagaimana investor melihat profitabilitas terhadap pertumbuhan perusahaan tersebut. Profitabilitas merupakan indeks yang sering digunakan investor untuk melihat nilai suatu perusahaan. menyatakan bahwa seorang investor dalam menanamkan modalnya tentu akan memilih perusahaan dengan nilai yang tinggi. Nilai perusahaan tersebut dicerminkan oleh tinggi rendahnya harga saham yang dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan seperti profitabilitas.

Penelitian sebelumnya oleh Shintiya (2023), Prasetiono (2023) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lainnya seperti (Rasyid, Indriani, Hudaya 2022) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor pertambangan. Hasil yang tidak konsisten ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi, terutama terkait interaksi antara CSR dan profitabilitas dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan mencerminkan bagaimana investor menilai kinerja dan prospek masa depan perusahaan yang dimana CSR diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan yang berpotensi meningkatkan minat investor pada perusahaan untuk berinvestasi. Namun, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya tidak berpengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, terutama di sektor pertambangan. Penelitian ini juga mengkaji apakah profitabilitas yang diukur melalui ROA dan ROE memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap nilai perusahaan dibandingkan CSR, mengingat fokus investor pada kinerja keuangan. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan (PBV) dan membantu

perusahaan mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor tentang “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2022).**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.
2. Untuk membuktikan mengenai Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan’ yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan memberikan referensi bagi penelitian dalam bidang ilmu akuntansi khususnya yang berkaitan dengan pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, sebagai berikut:

1) Bagi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti, serta menambah referensi penelitian yang berkaitan dengan pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis mengenai pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan menjadi alternatif untuk mengatasi permasalahan pada perusahaan.

