

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan didirikan umumnya memiliki tujuan untuk memperoleh laba atau profit yang setinggi-tingginya, agar nilai dari sebuah perusahaan tersebut terlihat baik dimata para pemangku kepentingannya. Nilai suatu perusahaan mencerminkan persepsi investor pada indikator kesuksesan perusahaan, seringkali berhubungan dengan kinerja perusahaan dan prospek mendatang (Cristofel & Kurniawati, 2021). Nilai suatu perusahaan bisa diamati dari indeks harga perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah harga saham di pasar modal, oleh karena itu calon investor akan menilai perusahaan tersebut baik apabila harga saham dari perusahaan tersebut tinggi atau (Irfani & Anhar, 2019).

Timbul suatu harapan dan kepentingan yang bervariasi dari *stakeholder* seperti investor, karyawan, pelanggan, dan masyarakat sehingga menciptakan tantangan yang kompleks bagi perusahaan. Ketika harapan tersebut tidak mampu dikelola oleh perusahaan, maka dapat memunculkan konflik kepentingan yang mempengaruhi kinerja perusahaan, dan secara langsung atau tidak langsung berimbas pada volalitas harga saham dan reputasi kepercayaan perusahaan di pasar modal sehingga nilai perusahaan akan menurun.

Perusahaan tidak hanya dituntut untuk memaksimalkan laba dan mencari profit untuk meningkatkan nilai perusahaan sesuai konsep *single bottom line* (SBL). Namun, kini perusahaan diarahkan untuk mencapai konsep *triple bottom line* (TBL) yaitu perlunya memberikan manfaat positif pada lingkungan sekitarnya, tidak hanya berfokus mencari keuntungan finansial saja (Febriyanti, 2021). Tentunya hal tersebut dapat diwujudkan dengan membangun kerja sama yang kuat antar *stakeholder*.

Hal tersebut selaras dengan landasan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu teori *stakeholder*. Pada konteks harga saham, teori *stakeholder* menunjukkan korelasi antara perusahaan dan para *stakeholder* yakni investor, kreditor, karyawan serta lapisan masyarakat memiliki pengaruh langsung

terhadap nilai perusahaan di pasar saham. Ardianto *et al.*, (2011) menyebutkan bahwa dalam teori *stakeholder* perusahaan tidak akan terisolasi dari isu, permasalahan, fenomena sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga validasinya untuk mencapai tujuan dan stabilitasnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) mengacu pada tanggung jawab sosial suatu entitas atau perusahaan yang melibatkan inisiatif dan kegiatan yang memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. Menurut Cristofel & Kurniawati (2021) Perusahaan yang melakukan CSR pastinya dilandasi dengan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya, sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat dan serangkaian kegiatan bisnisnya dapat berkelanjutan. Di Indonesia, kesadaran perusahaan terkait tanggung jawab sosial serta lingkungan telah di atur Pada pasal 1 ayat 3 UU Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, disebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan dan menciptakan kondisi lingkungan yang menguntungkan baik bagi perusahaan maupun stakeholdernya.

Selain itu *Enterprise Risk Management* (ERM) juga berperan penting dalam menunjang nilai perusahaan karena ERM mengandung pendekatan terstruktur untuk mengelola resiko yang dihadapi oleh perusahaan. ERM merupakan suatu proses menentukan rencana perusahaan untuk mengelola manajemen secara menyeluruh dengan tujuan mengidentifikasi situasi yang dapat mempengaruhi pengelolaan risiko dan memberikan kepercayaan untuk mencapai tujuan perusahaan. (Soetedjo *et al.*, 2018).

Hubungan CSR dan ERM terhadap nilai perusahaan telah dibuktikan secara empiris oleh Irdawati *et al.*, (2022) objek yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur pada sektor aneka industri yang *listing* di BEI periode tahun 2017-2021. Hasilnya mengindikasikan bahwa CSR memiliki pengaruh yang kuat terhadap nilai perusahaan. Disisi lain ERM juga memiliki pengaruh yang kuat pada nilai perusahaan. kesimpulan tersebut berbeda dengan temuan dari

penelitian yang dilaksanakan oleh Wulandari *et al.*, (2020) menyebutkan jika CSR tidak memiliki pengaruh yang kuat pada nilai suatu perusahaan. Sementara itu perbedaan kesimpulan pada hasil penelitian juga ditemukan oleh Faizah & pujiono (2022) mengindikasi jika ERM tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya telah menekankan korelasi antara CSR, ERM dan nilai perusahaan dengan hasil yang masih dapat dikatakan inkonsisten. Kebaharuan pada penelitian ini terletak pada perbedaan model pengukuran yang digunakan, dimana kualitas CSR dan ERM dinilai dengan total 15 indikator. Model pengukuran tersebut adalah hasil modifikasi penelitian sebelumnya, sehingga penelitian ini memiliki komitmen untuk memberikan pandangan mendalam serta hasil yang akurat dibandingkan penelitian sebelumnya.

Selain itu, penelitian ini juga menambahkan variabel kontingensi yakni profitabilitas. Karena semakin tinggi profit atau laba yang di peroleh, maka perusahaan cenderung akan mengungkapkan suatu laporan yang akan menunjang citra perusahaan, dan juga keuntungan yang tinggi dapat meningkatkan efektivitas ERM dalam mengelola resiko. Berdasarkan pemaparan tersebut penulis tertarik untuk meneliti kembali dengan judul penelitian yaitu. **“Pengaruh Kualitas CSR dan Kualitas ERM Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pengungkapan CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah kualitas pengungkapan ERM dapat mempengaruhi nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas dapat memoderasi pengaruh kualitas pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas dapat memoderasi pengaruh kualitas pengungkapan ERM terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pengungkapan ERM terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh profitabilitas.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pengungkapan ERM terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh profitabilitas.

D. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa keuntungan yang diharapkan dari penelitian ini.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan riset ini mampu untuk dijadikan bahan referensi dan literasi dalam meningkatkan kemampuan serta pemahaman mengenai kualitas pengungkapan CSR, kualitas pengungkapan ERM, nilai perusahaan dan profitabilitas bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi ilmiah kepada pembaca terkait hal-hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.