

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelolah sumber daya yang berkaitan dengan harga saham perusahaan (Silvia Indrarini, 2019). Nilai (*value*) bagi perusahaan merupakan salah satu elemen yang sangat penting. Adanya peningkatan nilai perusahaan akan berdampak pada kesejahteraan utamanya bagi investor, karena akan diikuti dengan peningkatan kembalian investasi kepada investor. Perusahaan selayaknya berupaya meningkatkan nilai perusahaannya karena akan menjadi performa keuangan perusahaan dan memberikan signal kepada investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Irawan et al., 2023). Namun setiap perusahaan tidak hanya berkewajiban kepada investor (*shareholder*) tetapi juga bertanggung jawab kepada seluruh pihak yang terdampak dari aktivitas operasional perusahaan.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 yang mengatur kewajiban perseroan terbatas (PT) untuk menjalankan tanggungjawab sosial. Namun pada kenyataannya peraturan tersebut masih belum ditaati oleh perusahaan dalam mempertanggungjawabkan dampak negatif dari kegiatan eksploitasi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari aktifitas penambangan pasir merapi di Klaten Jawa Tengah yang berdampak pada kerusakan lahan perkebunan dan lahan pertanian yang akan mengancam ketersediaan lahan bagi generasi yang akan datang. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan pertambangan batuan dan pasir yang dieksploitasi secara besar-besaran oleh warga secara ilegal maupun berbadan hukum. Adapun dampak lingkungan fisik antara lain tingginya tingkat erosi di daerah penambangan pasir, terdapat tebing-tebing rawan longsor, dan mengganggu daerah resapan air.

Berbagai faktor dapat berdampak pada nilai perusahaan diantaranya *Corporate Social Responsibility*, Ukuran perusahaan, *Good Corporate Social*

Responsibility, Profitabilitas, dan lain-lain. *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial merupakan suatu etika bisnis dimana perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban secara ekonomi kepada pemilik perusahaan dan investor, namun juga memiliki kewajiban/tanggung jawab kepada pihak yang terdampak dari aktifitas operasional perusahaan (Arfiansyah, 2020). Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan untuk memperhatikan keadaan masyarakat dan kondisi lingkungan yang terdampak dari kegiatan operasional perusahaan (Dewantari & Melly Anne Dharasta, 2022). Perusahaan dapat meningkatkan reputasinya melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang menunjukkan bentuk pertanggungjawaban atas dampak kegiatan operasional perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan. Peningkatan citra perusahaan dapat menarik minat investor untuk menanamkan modal pada perusahaan yang akan membantu perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Ekspansi usaha dilakukan untuk membuka peluang peningkatan *volume* penjualan agar dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi. Peningkatan laba akan diikuti oleh peningkatan jumlah deviden. Hal ini dapat menimbulkan kenaikan permintaan saham yang akan diikuti oleh kenaikan harga saham. Harga saham yang meningkat akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kegiatan *Corporate social responsibility* ini merupakan salah satu perwujudan dari tujuan *Stakeholder Theory* yang menekankan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi untuk mencapai laba yang sebesar-besarnya namun juga harus memperhatikan kebermanfaatan dan tanggungjawab sosial terhadap pihak-pihak yang terkena dampak dari kegiatan operasional perusahaan terkait (Purwanto, 2011). *Corporate social responsibility* merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena melalui kegiatan CSR perusahaan dapat memperlihatkan kepedulian mereka terhadap masyarakat yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Pelaksanaan kegiatan CSR dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan yang akan berdampak positif pada nilai perusahaan. Penelitian

yang dilakukan (Nurul Hikmah et al., 2023) membuktikan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan di bursa efek Indonesia. Hal ini menunjukkan tinggi rendahnya pengungkapan CSR berpengaruh terhadap naik turunnya nilai perusahaan. Menurunnya nilai perusahaan dapat dilihat dari turunnya harga saham yang dinilai terkait dengan naik turunnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini juga diperkuat oleh (Rahmantari, 2021) yang meneliti pada perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia juga mendapatkan hasil *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Disisi lain, Nafsi & Amanah, (2023) menemukan bahwa Variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Adapun faktor yang dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan salah satunya ukuran perusahaan (Andariesta & Suryarini, 2023) . Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. perusahaan dengan ukuran yang besar akan lebih mudah dalam mendapatkan modal (Nabila & Rahmawati, 2021). Dengan ukuran perusahaan yang besar maka akan diikuti dengan perluasan cakupan pertanggungjawaban perusahaan terhadap masyarakat guna menjaga citra perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas terdapat inkonsistensi hasil antar peneliti. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yang dilaksanakan oleh perusahaan pertambangan yang seringkali dikaitkan dengan isu pencemaran lingkungan dan eksploitasi energi tak terbarukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kegiatan eksploitasi sumber daya terhadap nilai perusahaan dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penelitian menguji variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, maka dari itu dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan memoderasi antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 Penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur terkait penerapan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* serta dapat menambah referensi dalam penelitian selanjutnya yang akan mengangkat tema yang sama.
2. Manfaat Praktis
 1. Bagi perusahaan, Penelitian ini menyampaikan bahwa pentingnya bagi setiap perusahaan untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sehingga perusahaan diharapkan dapat mengambil keputusan yang tepat dalam melaksanakan kegiatan *CSR* tanpa mengabaikan tujuan ekonomis perusahaan agar dapat meningkatkan citra, reputasi, dan performa perusahaan.

2. Bagi investor, Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dalam pertimbangan pengambilan keputusan sebelum berinvestasi agar dapat melahirkan keputusan yang bijak.

