

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transformasi bahan mentah menjadi produk setengah jadi atau produk akhir adalah fungsi utama organisasi manufaktur. Industri manufaktur dibagi menjadi tiga subsektor: industri dasar dan kimia, aneka industri, dan produk konsumen. BEI sebagian besar dihuni oleh perusahaan-perusahaan manufaktur. Bisnis bersaing satu sama lain karena banyaknya bisnis industri.

Mengoptimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi organisasi yang ingin mencapai keunggulan kompetitif yang langgeng. Setiap bisnis memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Mencapai keuntungan maksimum atau penggunaan sumber daya saat ini secara efisien adalah tujuan jangka pendek organisasi. Untuk memastikan kelanjutan operasi dan kemakmuran pemegang saham, tujuan jangka panjang perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. (Herlin Tundjung S, 2021).

Penawaran dan permintaan pasar modal untuk saham bisnis adalah ukuran nilai perusahaan, yang merupakan evaluasi dari operasi perusahaan. Semakin besar nilai perusahaan, semakin besar minat investor untuk membeli sahamnya, dan sebaliknya; nilai yang lebih tinggi berarti lebih banyak keuntungan bagi pemegang saham. (Maharani, 2023).

Harga saham adalah cerminan dari nilai perusahaan, yang merupakan penilaian pemegang saham terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan adalah jumlah dari semua hal yang telah dicapai sejak awal hingga saat ini; ini

berfungsi sebagai ukuran kepercayaan publik terhadap organisasi. Mencapai nilai bisnis yang tinggi membutuhkan waktu dan membutuhkan kesabaran jika perusahaan ingin diakui oleh publik. Meningkatkan loyalitas pelanggan dan nilai perusahaan keduanya dibantu oleh persepsi publik yang positif terhadap bisnis. (Anggraini, 2022). Investor menggunakan nilai perusahaan sebagai tolok ukur untuk mengevaluasi kesehatan organisasi secara keseluruhan. Proses pengambilan keputusan mempertimbangkan nilai perusahaan, baik dalam mengumpulkan dana, membeli aset, atau menetapkan kebijakan dividen.

Salah satu definisi nilai perusahaan adalah bagaimana investor memandang nilai perusahaan. Investor dapat mengukur kesuksesan perusahaan di masa depan berdasarkan nilainya. Keberhasilan perusahaan dan pemegang sahamnya tercermin dalam nilai perusahaan. Manajemen harus mengikuti praktik tata kelola perusahaan yang sangat baik, seperti menyediakan informasi terkait kinerja untuk publik, jika perusahaan ingin menghasilkan nilai yang baik. (Giovanni, 2021). Nilai perusahaan ditentukan oleh investor dari seberapa baik kinerjanya. Rasio Tobin's Q adalah alat yang berguna untuk memperkirakan nilai perusahaan. Rasio ini menunjukkan bagaimana pasar memandang prospek masa depan dan efisiensi penggunaan aset perusahaan dengan membandingkan nilai pasar perusahaan dengan nilai penggantian asetnya. (Jamaludin, 2024). Ketika

mencoba menentukan apakah harga sebuah perusahaan terlalu tinggi atau terlalu rendah, Tobin's Q adalah indikasi yang berguna untuk dilihat.

Tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas adalah dua dari sekian banyak aspek yang mempengaruhi nilai perusahaan. Para pemodal yang menanamkan uangnya di sebuah perusahaan tidak dapat dipisahkan dari ekspansi bisnis sektor ekonomi yang meningkat. Ketika menjalankan bisnis, perusahaan harus selalu memperhatikan para pemangku kepentingan. Demikian pula, kehadiran bisnis di tempat umum tidak dapat dipisahkan dari tempat itu. Meskipun para manajer ingin memaksimalkan keuntungan, mereka juga menyadari bahwa tindakan mereka mungkin memiliki konsekuensi sosial. (Bhakti, 2020). Oleh karena itu, inisiatif CSR (atau tanggung jawab sosial perusahaan) harus dilakukan oleh manajemen dengan memperhatikan kepentingan publik.

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut Darwin dalam buku “Pengungkapan Corporate Social Responsibility” (Herawati, 2016), Di luar kewajiban hukum mereka, perusahaan dapat melangkah lebih jauh dengan terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan, yang melibatkan penanganan masalah sosial dan lingkungan melalui operasi dan hubungan mereka dengan para pemangku kepentingan. Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan (World Business Council for Sustainable Development) memberikan definisi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai janji organisasi untuk melakukan hal yang benar, mendorong ekonomi, dan

meningkatkan kehidupan karyawan, keluarga mereka, dan komunitas tempat mereka tinggal. (Herawati, 2016).

Prinsip utama tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah sebuah pendekatan manajemen bisnis yang memprioritaskan berbuat baik bagi perusahaan dan dunia di sekitarnya. Perusahaan harus diizinkan untuk menjalankan operasinya dengan cara yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan, dan ini termasuk dalam memproduksi barang. Menurut (Yudha, 2021) CSR merupakan suatu bentuk pelaporan keberlanjutan yang memberikan informasi tentang berbagai aspek suatu perusahaan, mulai dari aspek sosial, lingkungan, dan keuangan hingga hal-hal yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat dalam laporan keuangan suatu perusahaan saja.

Pemerintah mendukung serta mewajibkan perusahaan untuk melakukan CSR. Hal ini dibuktikan dengan adanya regulasi pemerintah yang mengeluarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas berisi mengenai kewajiban perusahaan dalam mengungkapkan atau melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan (Kastutisari, Hasana and Dewi, 2014). Kemudian, pengungkapan CSR didefinisikan oleh Pratiwi dan Djamhuri sebagai komunikasi dengan para pemangku kepentingan tentang dampak sosial dan lingkungan dari operasi perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan di berbagai negara, laporan tahunan merupakan sarana yang paling tepat untuk melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan. Satu-satunya cara untuk mengeluarkan informasi dari sebuah

perusahaan adalah jika informasi tersebut dapat membuat perusahaan menjadi lebih bernilai. (Herawati, 2016).

Untuk meningkatkan kualitas fasilitas dan keberlanjutan kehidupan masyarakat, serta untuk berkontribusi pada ekonomi dan masyarakat, perusahaan harus terlibat dalam CSR. (Indriyenni, 2022). 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

Tujuan dari CSR perusahaan adalah untuk menyelaraskan nilai-nilai bisnis tidak hanya dengan investor dan pemegang saham, tetapi juga dengan kebutuhan dan harapan berbagai kelompok kepentingan (stakeholder) yang lebih luas. Industri kelapa sawit merupakan usaha yang terkena dampak sosial dan lingkungan, sehingga untuk mendapatkan pengakuan atau izin, perusahaan seringkali melakukan hal-hal yang tidak diwajibkan oleh undang-undang. Stakeholder mempunyai pengaruh yang besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan, dengan kata lain dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (Dhamayanti, 2021).

Seiring dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), profitabilitas merupakan pertimbangan penting. Profitabilitas mengacu pada kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba dari penjualan, aset, dan modalnya (selama profitabilitas menunjukkan perbandingan laba dengan aset atau modal). Fondasi ini sebagian bertumpu pada profitabilitas perusahaan. Untuk menganalisis

keadaan perusahaan, diperlukan instrumen analisis. Indeks di sektor keuangan berfungsi sebagai alat analisis. Efektivitas manajemen sehubungan dengan pendapatan dan ROI dinilai dengan menggunakan metrik profitabilitas. (Cipta, 2022).

Salah satu cara untuk mengevaluasi kesuksesan sebuah bisnis adalah dengan melihat profitabilitasnya, kata Sari dan Abundanti. (Suryaningsih, 2016). Laba atau profit perusahaan diperlukan untuk kelangsungan hidup perusahaan, selain itu kebangkrutan akan terjadi apabila perusahaan tidak mampu mendapatkan laba (Suryaningsih, 2016). Hubungan antara pendapatan dan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba pada berbagai tingkat operasi adalah yang membuat profitabilitas menjadi ukuran kinerja dan efisiensi manajemen secara keseluruhan. (Melvina, 2018).

Faktor penting yang diperhitungkan perusahaan saat melakukan investasi adalah profitabilitas bisnis. (Rosady, 2018). Persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan yang berkelanjutan memiliki pengaruh terhadap bagaimana profitabilitas perusahaan yang tinggi memengaruhi nilainya. Investor sering kali melihat profitabilitas perusahaan sebagai indikator nilainya. menegaskan bahwa seorang kapitalis kemungkinan besar akan memilih perusahaan yang sangat bernilai untuk berinvestasi. Profitabilitas dan metrik keuangan lainnya dari sebuah perusahaan memiliki dampak langsung pada kisaran harga saham yang merepresentasikan nilainya. (Anggraeni, 2020).

Jika perusahaan secara transparan dan aktif melibatkan diri dalam kegiatan CSR yang positif, stakeholder mungkin akan memiliki persepsi yang lebih baik terhadap perusahaan dan cenderung lebih mendukungnya. Sebaliknya, jika perusahaan gagal untuk melakukan pengungkapan CSR atau melibatkan diri dalam kegiatan yang negatif, dapat mempengaruhi hubungan dengan stakeholder. Dengan melihat banyaknya perusahaan industri yang mengimplementasikan pengungkapan CSR, untuk itu penulis melakukan penelitian tentang **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2023).”**

B. Perumusan Masalah

Penulis telah mengajukan rumusan masalah berikut ini berdasarkan konteks yang telah disediakan di atas:

1. Apakah pengungkapan *CSR* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini, yang didasarkan pada pernyataan masalah:

1. Menganalisis pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Sehubungan dengan tujuan penelitian yang disebutkan di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, seperti:

a. Manfaat Teoritis

Komunitas akuntansi dapat merujuk pada penelitian ini untuk mendapatkan jawaban dan kutipan, terutama pada penelitian yang meneliti dampak CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

b. Manfaat Praktis

Beberapa pihak diharapkan dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini, termasuk:

1) Bagi Penelitian

Penelitian mengenai dampak tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai bisnis kemungkinan besar akan mendapat manfaat dari temuan penelitian ini, yang juga akan berkontribusi pada literatur yang sudah ada mengenai topik tersebut.

2) Bagi Perusahaan

Selain menawarkan solusi potensial untuk masalah perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengujian terhadap dampak CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.