

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu tujuan jangka pendek perusahaan adalah menghasilkan laba yang tinggi yang menguntungkan pihak pemegang saham. Kesuksesan perusahaan tidak hanya didukung oleh aspek-aspek internal seperti kinerja keuangan, teknologi juga sumber daya manusia, tetapi harus memperhatikan aspek eksternal seperti pasar, lingkungan, pemerintah. Tetapi tidak lupa memperhatikan tindakan untuk mempertahankan kelangsungan jangka panjang (Rahmawati, 2021). Dalam nilai perusahaan dijadikan fokus utama dalam pengambilan keputusan oleh investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan atau tidak, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

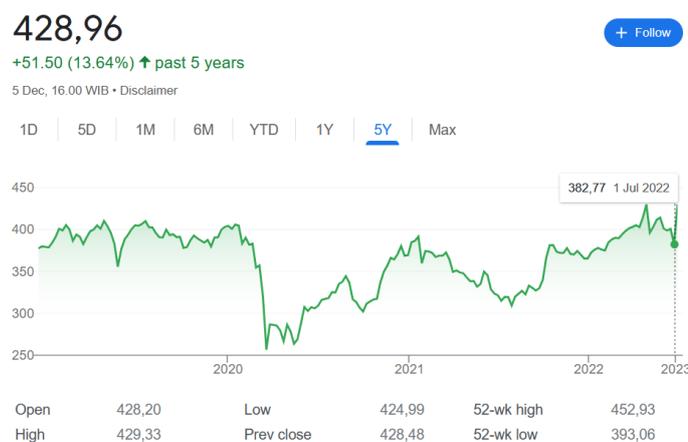
Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada akhir tahun berjalan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan sebaliknya semakin rendah harga saham maka nilai perusahaan juga rendah atau kinerja perusahaan kurang baik. Menurut Febrina (2020) nilai perusahaan adalah nilai yang berkembang untuk pemegang saham, nilai perusahaan tercermin dalam harga pasar sahamnya.

Nilai perusahaan yang tinggi diikuti dengan tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston, 2019: 294). Maka, manajemen selalu berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya dan memiliki kemudahan dalam mendapatkan pendanaan. Dalam melakukan keputusan pendanaan, yang

membuat perusahaan mampu bersaing dan dapat terus bertahan di dalam persaingan pasar global yang dirasa semakin ketat (Priyastuty, 2020).

Salah satu ukuran yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price Earning Ratio* (Wilyantara, 2018; Dewantari, 2019; Silvia, 2019). *Price Earning Ratio* (PER) merupakan rasio antara harga saham dengan pendapatan setiap lembar saham dan merupakan indikator perkembangan atau pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang (*prospects of the firm*); *Price Earning Ratio* (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual; *Price Earning Ratio* (PER) yaitu perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Maka dapat disimpulkan PER adalah Semakin tinggi nilai PER berarti kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba semakin bagus.

Salah satu kelompok perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang fluktuatif adalah kelompok perusahaan yang termasuk dalam Indeks Sri Kehati. Berdasarkan data menunjukkan bahwa nilai PER perusahaan tersebut sangat variatif (Grafik 1) di bawah ini.



Gambar 1.1 Pergerakan Harga Saham Indeks SRI-Kehati

Grafik 1.1 di atas menunjukkan pergerakan harga saham perusahaan indeks Sri Kehati yang mengalami fluktuasi selama periode 2018-2022. Pergerakan harga saham di tahun 2018-2019 rata-rata mengalami kenaikan, namun di tahun 2020 mengalami penurunan yang disebabkan masuknya Covid-19 ke Indonesia. Kemudian di tahun 2021-2022 perlahan-lahan pergerakan harga saham mengalami kenaikan. Naik dan Turun Nilai Perusahaan dipenuhi oleh Beberapa faktor.

Banyak penelitian terdahulu yang dilakukan mengungkapkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Syamni (2020) menyampaikan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan hanya mengurangi tingkat investasi tetapi meningkatkan pemantauan perusahaan. Selanjutnya, salah satu faktor yang dapat menaikkan atau menurunkan nilai perusahaan. Karena kondisi keuangan tidak cukup menjamin peningkatan pertumbuhan terus-menerus. Perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan Mursalim (2020).

CSR berhubungan erat dengan “pembangunan berkelanjutan”, yakni suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, tetapi juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang. Dengan pengertian tersebut, CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan

pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (minimisasi dampak negatif dan maksimisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya (Rika, 2019).

Penerapan CSR membutuhkan dana yang akan mengurangi laba yang seharusnya diperoleh oleh pihak internal. Dalam jangka pendek, CSR kurang memberi keuntungan yang besar. Sehingga, belum semua perusahaan yang menganggap penerapan CSR ini dengan serius. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen akan semakin tinggi (Lestari, 2020).

Pengungkapan CSR merupakan tanggung jawab social perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Suryanawa (2020) menyatakan perusahaan dengan pengungkapan CSR akan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dimasa mendatang karena dengan pengungkapan CSR menjadi salah satu strategi untuk menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan dan pemegang saham melalui tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat menginformasikan tentang kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan yang membawa kepuasan bagi para pemangku kepentingan.

Kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan kepada masyarakat, sehingga masyarakat mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya

barangnya saja tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan adanya hasil Penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2020), menunjukkan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nahda dan Harjito (2021), Suryani dan Fitria (2021), dan Rosiana, Juliarsa dan Sari (2020) memperoleh hasil yang sama, yaitu CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Yuniasih (2019) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan kinerja keuangan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pranata (2020), menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan.

Penelitian Agustine (2019) dan Maspupah (2020) menunjukkan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya ketidakkonsistenan hasil yang diperoleh. Ketidakkonsistenan mungkin disebabkan adanya pengaruh variabel lain yang menyebabkan hasilnya berbeda. Peneliti menduga bahwa variabel kinerja keuangan kemungkinan dapat memengaruhi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang melakukan CSR berarti perusahaan tersebut telah mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga

loyalitas konsumen makin tinggi, Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR.

Selanjutnya dengan melakukan CSR diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, (CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya (Amanda, 2019).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kinerja keuangan. Kinerja keuangan sebagai penilaian prestasi dalam sebuah perusahaan karena *stakeholders* melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Ramadhani, 2021).

Kinerja keuangan merupakan prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan tertuang pada laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan (Sawir, 2020). Kinerja keuangan merupakan sebagai penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba (Fahmi, 2020). Salah satu ukuran yang digunakan mengukur kinerja keuangan adalah ROE.

Return on equity adalah rasio yang paling penting yang merupakan laba bersih bagi pemegang saham di bagi dengan total ekuitas pemegang saham

(Brigham, 2019). Sedangkan return on equity menurut Kasmir (2015) adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham. Return On Equity yaitu kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan, Sartono (2022).

Penelitian Akmalia (2019) menyatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan penelitian Ardila (2020) menyatakan kinerja keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya. Semakin tinggi deviden yang dibagikan maka semakin baik nilai perusahaannya dimata investor. Sehingga, akan semakin banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Sawir, 2020).

Disisi lain, kinerja keuangan memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan dapat meningkatkan CSR karena sebagian keuntungan perusahaan ditujukan untuk melakukan program CSR sebagai kewajiban perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan ini selaras dengan Wulandari (2019); Humairoh (2017); Karundeng (2018) yang menyatakan perusahaan dengan tingkat kinerja keuangan baik mampu meberikan kestabilan dalam melakukan program CSR. Hal tersebut disebabkan program CSR membutuhkan dana yang tentunya berasal dari serapan keuntungan perusahaan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Di samping itu, Ramadhani (2017) dan Karundeng (2018) yang menyatakan kinerja keuangan mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Karena sebagian dari keuntungan perusahaan terserap untuk kepentingan program berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan. Terserapnya keuntungan yang diperoleh perusahaan ini dapat menjaga kelangsung hidup perusahaan berdasarkan operasionalnya.

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia khususnya perusahaan yang termasuk dalam Indeks SRI KEHATI. Indeks SRI KEHATI merupakan indeks perusahaan yang memiliki kesadaran terhadap lingkungan hidup. Di samping itu, Indeks SRI KEHATI mampu menorehkan kinerja rata-rata 10% di atas indeks yang lain, seperti Indeks LQ-45 Dewi et al., (2021). Selanjutnya, (Wulandari, 2023) menyampaikan Indeks ini termasuk indeks investasi hijau dengan strategi investasi yang mempertimbangkan keuntungan finansial dan sosial. Sehingga para investor dan kreditur secara umum memilih perusahaan tersebut (Eriana, 2019).

Selanjutnya, sejak disahkan Undang-Undang mengenai kewajiban melaksanakan CSR tersebut tahun 2007, ada pro dan kontra dari pihak-pihak perusahaan. Penolakan tersebut didasari dengan alasan bahwa pemberian CSR hanya bersifat sukarela atau tanpa paksaan dari perusahaan. Di samping itu, Pelaksanaan CSR dianggap menjadi beban perseroan karena harus mengurangi laba dan dividen yang seharusnya diterima oleh pemegang saham (Astuti, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini mencoba menganalisis dan menguji “**Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Indeks Sri Kehati**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian yang dapat teridentifikasi adalah:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks Sri Kehati?
2. Apakah Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks Sri Kehati?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi kinerja keuangan pada perusahaan indeks Sri Kehati?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks Sri Kehati.
2. Untuk menguji pengaruh kinerja keuangan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks Sri Kehati.

3. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi kinerja keuangan pada perusahaan indeks Sri Kehati.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan Indeks Sri Kehati
Sebagai informasi tentang manfaat penerapan CSR bagi pihak internal dan eksternal perusahaan dan dapat digunakan oleh pihak manajemen untuk mengambil keputusan terkait dengan rencana jangka panjang perusahaan.
2. Bagi Pemerintah
Sebagai alat control pengawasan pemerintah bagi perusahaan-perusahaan terkait pelaksanaan CSR.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Sebagai referensi tambahan dalam penelitian-penelitian yang akan dilakukan sehubungan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.