

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada kondisi globalisasi saat ini, perkembangan ekonomi semakin berkembang pesat. Pemanfaatan sumber daya lingkungan dieksploitasi semaksimal mungkin untuk peningkatan ekonomi. Hal ini mempengaruhi kesadaran masyarakat akan konsep keberlanjutan lingkungan. Kegiatan sosial dan isu lingkungan menjadi salah satu tren baru dimasyarakat dari berbagai kalangan untuk diamati perkembangannya. Perkembangan lingkungan ini membuka mata dari berbagai sudut pandang mulai dari sektor pendidikan, politik, sosial hingga ekonomi. Bagi para pelaku bisnis pada sektor ekonomi, peluang ini dapat dimanfaatkan sebagai konsep strategi baru untuk mengembangkan perusahaan mendekati ke masyarakat dan mendekati ke investor.

Corporate social responsibility (CSR) dapat diartikan sebagai konsep timbal balik perusahaan terutama bisnis dalam mengembalikan manfaat yang didapatnya kepada stakeholder, lingkungan hingga masyarakat. Pada kondisi ekonomi global yang perkembangannya semakin massive seperti era sekarang, kesadaran akan CSR mulai meningkat. CSR tidak lagi bersifat sukarela melainkan telah menjadi tanggung jawab perusahaan. Hal ini telah diatur dalam PP Nomor 47 tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial dan perseroan terbatas. Implementasi CSR diharapkan terencana dan terintegrasi dengan kegiatan operasional perusahaan sehingga dampaknya dapat dirasakan berbagai pihak.

Dalam pengembangannya, perusahaan dapat menerapkan corporate social responsibility menjadi strategi baru agar perusahaan dapat lebih dikenal masyarakat luas dan menarik investor. Stakeholder sendiri dapat diartikan sebagai seluruh pihak yang berasosiasi dengan perusahaan. Pengungkapan CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui terbentuknya citra perusahaan, dimana terjaganya pelaksanaan CSR membuktikan komitmen perusahaan terhadap kehidupan masyarakat dan karyawan yang bernaung di bawahnya. Ketika publik menerima dengan baik perusahaan, nilai perusahaan dipasar akan meningkat dinilai dari citra positif yang dibentuk. Secara tidak langsung, citra perusahaan yang baik akan berdampak positif dengan menarik investor ke perusahaan.

Investor memandang keberhasilan perusahaan salah satunya melalui nilai perusahaan. Pandangan ini berkaitan erat dengan harga saham pada perusahaan, apabila harga sahamnya tinggi dapat dinilai bahwa prospek jangka panjang perusahaan tersebut dapat berjalan sangat baik dimasa mendatang. Oleh karena itu, nilai perusahaan kerap kali dinilai sebagai aspek yang dipertimbangkan oleh investor dalam investasi jangka panjang. Faktor internal dan eksternal perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Satu dari sekian faktor internal perusahaan yaitu kinerja keuangan. Menurut Gitman & Zutter (2015) kinerja keuangan dapat diperhitungkan dengan 4 rasio dasar yaitu likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas. Profitabilitas sendiri berkaitan erat dengan nilai perusahaan. Sebelum berinvestasi, investor cenderung menganalisis kondisi perusahaan menggunakan dua teknik

adalah analisis fundamental dan analisis teknikal. Pertama, analisis fundamental didefinisikan sebagai analisis yang bertujuan untuk pengukuran kinerja keuangan, kondisi ekonomi internal perusahaan dan eksternal baik secara mikro dan makro, serta kondisi industri dan sektor terkait. Analisis ini dapat dilakukan dengan secara umum atau secara khusus yang berfokus pada perusahaan, salah satunya melalui laporan keuangan perusahaan. Indikator yang digunakan dalam analisis fundamental menurut Husnan (2009) antara lain current ratio, debt to equity ratio, return on equity serta return on assets. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan pada data keuangan akan mampu mempengaruhi nilai perusahaan dikacamata investor. Dengan demikian, variabel nilai perusahaan pada penelitian ini dinilai menggunakan Tobin's Q sedangkan profitabilitas dinilai menggunakan return on asset (ROA).

Satu dari sekian jenis perusahaan yang eksistensinya menarik investor adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi. Perusahaan manufaktur sendiri merupakan satu dari berbagai jenis perusahaan yang kegiatan operasionalnya berkaitan erat dengan lingkungan, baik dari segi penggunaan sumber daya ataupun lingkungan serta berkontribusi besar akan keberlangsungan hidup masyarakat hingga perekonomian secara nasional. Sedangkan sektor barang konsumsi menghasilkan produk-produk kebutuhan pokok yang digunakan masyarakat, sehingga naik turunnya permintaan berkaitan dengan aktivitas masyarakat sendiri.

Pada analisis kinerja sektor-sektor IDX-IC oleh www.insight.kontan.co.id di akhir Juni 2023, sektor barang konsumsi

primer menjadi sektor nomor dua dengan kapitalisasi tertinggi di Indonesia. Kapitalisasi yang cukup tinggi mampu menggambarkan minat investor yang besar pada suatu sektor, salah satunya sektor barang konsumsi. Menurut analisis Mirae Sekuritas yang dikutip dari www.metrotvnews.com, sektor konsumsi masih menjadi daya tarik bagi investor ditengah perlambatan ekonomi yang terjadi secara global akibat dampak El Nino. Sektor konsumsi dinilai memiliki ketahanan dan pertumbuhan ekonomi yang stabil. Selain itu, dikutip dari www.cnbcindonesia.com pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia yang impresif pada 2022 salah satunya didukung oleh konsumsi rumah tangga dengan akumulasi kontribusi sebesar 80,95 persen. Hal ini diperkirakan akan semakin meningkat ditahun yang akan datang dengan didorong oleh permintaan dan konsumsi masyarakat Indonesia terhadap suatu kebutuhan. Sehingga, penjualan produk perusahaan sektor konsumsi diperkirakan mengalami kenaikan.

Penelitian terdahulu tentang CSR terhadap nilai perusahaan menggambarkan hasil yang inkonsisten, contohnya seperti penelitian yang digagas oleh Mustofa & Suaidah (2020) memperlihatkan hasil bahwa pengungkapan CSR tidak memberikan pengaruh kepada nilai perusahaan. Penelitian oleh Suryati & Gama (2019) dan Nuryana & Bhebhe (2019) juga menghasilkan simpulan bahwasannya nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh pengungkapan CSR. Sebaliknya, penelitian yang digagas oleh Oktariko & Amanah (2018) memberikan hasil CSR positif signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan Oktariko dan Amanah, Yolanda (2022) serta pada

penelitian terbaru oleh (Rinofah dkk., 2023) hasilnya memperlihatkan bahwasanya pengungkapan CSR mampu berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Variabel CSR dinilai menggunakan indeks CSR standar GRI G4.0 dengan 91 item.

Studi ini akan melihat kembali temuan penelitian sebelumnya tentang bagaimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) kepada publik berdampak pada nilai perusahaan saat menggunakan profitabilitas sebagai salah satu komponen utama investor berinvestasi. Selain itu, studi ini akan menganalisis apakah profitabilitas dapat berfungsi sebagai variabel moderasi antara pengungkapan CSR kepada publik dan nilai perusahaan yang memproduksi barang konsumsi. Berdasarkan pernyataan dan pertimbangan tersebut, maka peneliti menarik judul **“Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi”**.

B. Perumusan Masalah

Dari pengembangan latar belakang sebelumnya, penelitian ini menguji variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Peneliti merumuskan permasalahan antara lain:

1. Apakah pengungkapan aktivitas corporate social responsibility (CSR) yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Apakah profitabilitas yang diukur dengan return on assets (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Apakah profitabilitas yang diukur dengan return on assets (ROA) dapat memoderasi pengungkapan aktivitas corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan.

C. Tujuan Penelitian

Berkenaan dengan tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui juga menganalisis pengaruh pengungkapan aktivitas corporate social responsibility (CSR) yang dilakukan perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui juga menganalisis pengaruh profitabilitas yang diukur dengan return on assets (ROA) terhadap nilai perusahaan.
3. Mengetahui juga menganalisis pengaruh moderasi profitabilitas yang diukur dengan return on assets (ROA) pada pengungkapan aktivitas corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan.

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, hasil yang didapatkan diharapkan mampu bermanfaat dan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu manajemen dan mengembangkan teori tentang bagaimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan berfungsi sebagai referensi untuk penelitian lanjutan serta meningkatkan wawasan.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi atau bahan wacana di bidang keuangan dan bermanfaat bagi penelitian lanjutan tentang nilai perusahaan di masa mendatang.
- c. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengimplikasikan hasil penelitian ini ke dalam
- d. Bagi akademik, penelitian ini digunakan untuk menambah informasi dan juga mampu dimanfaatkan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya selain sebagai sarana pendewasaan wawasan.
- e. Bagi investor, diharapkan dapat memberikan wacana dan wawasan baru sebagai sarana untuk mempertimbangkan elemen-elemen yang dipertimbangkan dalam investasi tanpa tergantung pada ukuran moneter, serta membantu mereka dalam memilih perusahaan dan bijaksana dalam berinvestasi.