

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada era perkembangan ekonomi saat ini yang begitu pesat menuntut persaingan antar perusahaan semakin tinggi begitu pula perusahaan manufaktur, karena setiap perusahaan akan berlomba lomba membenahi perusahaannya agar dapat meningkatkan laba yang optimal untuk mencapai pertumbuhan perusahaan yang baik dan di akui oleh pasar bebas. Ketika perusahaan semakin berkembang, tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan juga semakin tinggi karena aktivitas perusahaan yang semakin tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya yang ada. Dari aktivitas-aktivitas bisnis yang di lakukan, memunculkan kesadaran bahwa aktivitas dari suatu perusahaan berdampak besar terhadap masyarakat sekitar perusahaan. Namun, dari dampak tersebut, juga terdapat dampak negatif terhadap lingkungan sosial maupun lingkungan fisik sekitar perusahaan. Minimnya nilai kepedulian oleh pelaku usaha terhadap lingkungan, berdampak pada rusaknya lingkungan sekitar perusahaan. Dari dampak tersebut, perusahaan perlu bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat, atas dampak yang ditimbulkan dari aktivitas usahanya. Terkait tanggung jawab yang di bebankan, maka perusahaan perlu melakukan kegiatan yang bersifat sosial, sebagai kegiatan wajib perusahaan yang di sebut *CSR*.

CSR sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). *CSR* merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk di dalamnya adalah pelanggan (*customers*), pegawai, komunitas, pemilik (*investor*), pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Socisal Responsibility*) merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat maupun lingkungan (Herry, 2012). *CSR* adalah sebuah gagasan perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpatokan pada triple bottom line. Triple bottom line adalah profit, people, dan planet. Perusahaan tidak hanya fokus terhadap profit atau laba, tetapi juga terhadap

(*people*) manusia dan (*planet*) atau lingkungan. Hal ini karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin kesuksesan perusahaan (Iskandar, 2016).

Penerapan *Corporate Social Responsibility* yang sebelumnya masih merupakan masih di pandang remeh, kini telah menjadi topik yang semakin populer dikalangan pengusaha menyangkut masalah sosial dan lingkungan, bahkan ditempatkan pada posisi yang kian penting. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan memahami esensi serta manfaatnya yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi N. , 2011). Di Indonesia Kegiatan *Corporate Social Responsibility* sendiri didasari oleh UU RI No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dalam pasal 74 ayat 1 yang berisi bahwa bagi para pemeran bisnis akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan alam mengoperasikan usahanya dibidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam harus menerapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya Undang Undang tersebut diharapkan CSR bukan hanya menjadi kesukarelaan perusahaan, tetapi menjadi kewajiban setiap perusahaan (Hanjaja, 2013). Dari dasar tersebut CSR kini tidak hanya dipandang sebagai tanggung jawab sosial saja namun suatu keharusan dan kewajiban bagi sebuah perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara luas jadi bukan hanya dalam pihak internal saja namun pihak eksternalnya.

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu informasi yang wajib diungkapkan oleh perusahaan karena ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan yang mengungkapkan CSR yang menghasilkan hasil yang dibawa rata-rata menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memperoleh laba yang rendah, maka perusahaan tersebut belum dapat melakukan program CSR dengan keterbatasan laba yang dihasilkan. Sebaliknya jika perusahaan yang mengungkapkan CSR diatas rata-rata menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memperoleh laba yang tinggi. Jika laba tinggi, perusahaan akan memperbanyak program tanggungjawab sosialnya karena laba yang dihasilkan dapat digunakan untuk pendanaan program CSR tersebut. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka makin tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan yang nantinya dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang tidak menerapkan program CSR dapat mengakibatkan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan

menjadi kurang respect, bahkan bisa berakibat bentrok dengan masyarakat. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian besar pada perusahaan itu sendiri seperti terhentinya kegiatan operasional perusahaan tersebut, sebaliknya perusahaan yang melakukan CSR dengan baik dapat terhindar dari protes masyarakat sehingga kegiatan perusahaan dijalankan dengan optimal untuk mencapai laba (profit).

Selain melakukan praktik *Corporate Social Responsibility*, adanya tata kelola perusahaan yang berkualitas berperan menentukan nilai dan keberlangsungan hidup perusahaan. Salah satu penyebab rentannya perusahaan di Indonesia menghadapi gejolak perekonomian adalah lemahnya penerapan *GCG*. Melihat situasi persaingan yang semakin ketat antara satu perusahaan dengan lainnya, maka diperlukan upaya untuk mewujudkan *GCG* yang baik agar pengelolaan perusahaan terjadi secara efisien dan efektif, *Good corporate governance (GCG)* di perusahaan dapat dijadikan sebagai infrastruktur pendukung terhadap praktik dan pengungkapan *CSR* di Indonesia. *FCGI (forum corporate governance Indonesia)* juga menjelaskan bahwa tujuan dari *corporate governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). (Siallagan, 2006) mengungkapkan bahwa penerapan *good corporate governance* akan memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada pemegang saham. Jadi jika perusahaan menerapkan sistem *GCG* diharapkan kinerja perusahaan tersebut akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai. (Trisnawati, 2017) juga menyatakan bahwa *GCG* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Penerapan *GCG* tidak hanya memberikan dukungan kepada *stakeholder*, namun juga memberikan dukungan kepada masyarakat dan lingkungan. Prinsip pelaksanaan *GCG* salah satunya adalah implementasi *CSR*

CSR merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik dan mampu memperkuat hubungan *GCG* dengan nilai perusahaan. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan hal tersebut hanya terjadi pada perusahaan-perusahaan tertentu karena kondisi tiap perusahaan berbeda, baik dari segi visi, misi, segmen pasar maupun manajemen perusahaan yang memungkinkan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* maupun *GCG* justru tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan (Amanti, 2012). Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan

juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan efektifitas kinerja dewan komisaris sehingga manajemen kinerja yang dihasilkan akan menjadi lebih baik dan dapat memberikan keuntungan bagi pemilik perusahaan.

Hal ini juga membantu dalam pengawasan perusahaan yang telah melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan. Tanggung jawab sosial ini mampu dilaksanakan perusahaan apabila perusahaan sudah mampu menjalankan usahanya dengan maksimal yang ditunjukkan dengan tingginya tingkat profitabilitas perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan sebuah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan, rasio profitabilitas juga menggambarkan efektifitas perusahaan tersebut, semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka makin efektif pula kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan (Kashmir, 2012).

Banyak penelitian yang telah dilakukan sebelumnya akan tetapi masih ditemukan inkonsistensi dalam hasil penelitian Masdupi tahun 2017, Panjaitan tahun 2015, Wulansari tahun 2017, Purnaningsih tahun 2018, Yani tahun 2019, dan Penelitian Astuti tahun 2019 Menemukan bahwa CSR berpengaruh Signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Zallom tahun 2016, dan Suryati et. Al tahun 2019 yang menghasilkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian yang dilakukan penelitian yang dilakukan oleh Gayatri tahun 2016 Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pengaruh *GCG* pada Nilai Perusahaan dengan hasil Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *GCG* pada nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya oleh Novalia tahun 2016 Pengaruh *GCG* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Return On Assets* Sebagai Variabel Moderating dengan hasil kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Permatasari tahun 2018 menghasilkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas mampu memoderasi tanggung jawab sosial perusahaan dan tata kelola perusahaan yang baik terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Suherman tahun 2020, dan Penelitian Didi tahun 2020 menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan dapat memoderasi pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda dari penelitian Kalsum tahun 2020 yang menghasilkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan. CSR berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Profitabilitas, dan Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas mampu memediasi CSR terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Meivent tahun 2021, menunjukkan bahwa CSR dan *Good Corporate Governance* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR dan *Good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan pengaruh CSR dan *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan karena berdasarkan hasil studi literatur masih terjadi inkonsistensi hasil penelitian dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, untuk menyelesaikan gap riset yang ada, maka penting untuk dilakukan penelitian kembali. Kemudian, sebagai inovasi dan faktor pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian, yang dalam penelitian ini adalah Perusahaan-perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2018-2020.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* dan terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berikut adalah beberapa tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menganalisis bagaimana profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis bagaimana profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dari rumusan masalah dan tujuan penelitian di harapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan tambahan dalam dunia keuangan khususnya pada topik CSR dan GCG

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi tolak ukur sampai sejauh mana perusahaan dapat melakukan tanggung jawabnya seperti yang diinginkan pemegang saham. Dan perusahaan dapat lebih terbuka dalam pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga stakeholder dapat mempertimbangkannya sebagai dasar - dasar penentuan tujuan jangka panjang. Fungsi bagi pemerintah yaitu untuk melihat sejauh mana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan oleh perusahaan dan nantinya pemerintah bisa menentukan suatu standar pelaporan *CSR* yang sesuai dengan kondisi perusahaan.