

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan yang didirikan pasti mengharapkan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan pemilik dan para pemegang sahamnya. Peningkatan nilai yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang bagi perusahaan serta memiliki arti penting, mengingat nilai perusahaan merupakan acuan bagi para investor serta faktor yang menjadi ketertarikan untuk menginvestasikan suatu dana dalam bentuk saham. Dimana nilai perusahaan sebagai alat analisis untuk suatu keputusan yang akan di ambil oleh para investor dalam menempatkan investasinya dalam hal ini memepertimbangkan apakah suatu perusahaan tersebut akan menguntungkan atau sebaliknya (Putri, et al. 2016).

Nilai perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Muid & Noerirawan, 2012). Perusahaan yang memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi, dianggap dapat mensejahterakan pemegang saham, dan hal tersebut dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Perusahaan pengolahan / manufaktur adalah perusahaan yang mengolah bahan mentah (bahan baku) menjadi barang jadi. Operasi

perusahaan manufaktur tidak sederhana perusahaan dagang, karena perusahaan manufaktur membuat sendiri barang yang akan dijualnya (Novia, 2012). Menurut Nasir dkk. dalam Prasethiyo (2017), aktifitas operasional yang dilakukan perusahaan manufaktur berhubungan langsung dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, mengingat bahan baku yang digunakan untuk produksi diperoleh dari lingkungan sehingga dampak dari aktifitas perusahaan tidak hanya dirasakan oleh pihak internal perusahaan tetapi juga dirasakan oleh pihak eksternal perusahaan, yakni masyarakat yang berada di lingkungan sekitar perusahaan (Prasethiyo, 2017).

Salah satu usaha untuk meningkatkan nilai perusahaan dan menjaga kepercayaan investor, perusahaan manufaktur hendaknya menjaga nama baik perusahaan di mata masyarakat dengan menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam Undang-Undang R.I. No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”, dijelaskan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Dewi, et al. 2020). Peraturan di atas menunjukkan manifestasi akan kepedulian pemerintah terhadap masalah-masalah sosial, yang dalam hal ini adalah pertanggungjawaban sosial perusahaan. Adanya peraturan tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan dan sekitar.

Kinerja lingkungan merupakan manifestasi dari pelaksanaan Undang-Undang tersebut. Konsep kinerja lingkungan merujuk pada tingkat kerusakan

lingkungan hidup yang disebabkan oleh kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Tingkat kerusakan lingkungan yang lebih rendah menunjukkan kinerja lingkungan perusahaan yang lebih baik. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi tingkat kerusakan lingkungannya maka semakin buruk kinerja lingkungan perusahaan tersebut (Lankoski, 2010).

Upaya untuk mendukung pelaksanaan tanggung jawab lingkungan yang dilakukan perusahaan di Indonesia, pada tahun 2002 pemerintah bersama dengan Kementerian Lingkungan Hidup meluncurkan Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER) yang merupakan salah satu upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi dengan melibatkan masyarakat secara aktif (Rakhiemah & Agustia, 2009). Hasil PROPER tahun 2019 menunjukkan bahwa dari 2012 perusahaan memenuhi persyaratan untuk ditetapkan sebagai peserta, terdapat 24 perusahaan mendapat peringkat emas, 174 perusahaan mendapat peringkat hijau, 1.507 perusahaan mendapat peringkat biru, 303 perusahaan peringkat merah dan 2 perusahaan peringkat hitam (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, 2019).

Masih adanya perusahaan yang masuk kategori hitam menunjukan perusahaan tersebut mengabaikan lingkungan sosial dan memberikan andil dalam pencemaran lingkungan. Oleh sebab itu, masih diperlukan pengaturan secara khusus tentang masalah pengelolaan lingkungan hidup. Perusahaan seharusnya menyajikan suatu laporan yang menunjukkan kontribusinya

terhadap berbagai masalah lingkungan yang terjadi di sekitarnya. Perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap para *stakeholder* dan kepada para pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, supplier, komunitas dan juga pesaing untuk mengungkapkan kinerja lingkungannya yang baik. Kinerja lingkungan yang baik akan mendorong perusahaan untuk lebih banyak mengungkapkan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan tidak hanya mengenai informasi keuangan (Haholongan, 2016).

Selain kinerja lingkungan, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu wujud pelaksanaan Undang-Undang R.I. No. 40 tahun 2007. CSR merupakan tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan (Marthin, dkk., 2017). Tanggung jawab sosial dapat diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis, yang sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), sejalan dengan hukum yang berlaku serta norma perilaku internasional (Sudana, Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik, 2011).

*Corporate Social Responsibility* 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 didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor. Pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), *outreach*, beasiswa dan sebagainya (Global Reporting Initiative, 2013).

Dengan adanya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan jika dikaitkan dengan kinerja lingkungan yang baik, maka secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kinerja lingkungan dan CSR dijadikan sebagai salah satu faktor yang menjadi acuan investor dalam membeli saham. Kinerja lingkungan dan CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan kinerja lingkungan dan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan kinerja lingkungan dan 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 kinerja lingkungan dan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan manufaktur dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya (Haholongan, 2016).

Penelitian Auliya (2018) dengan judul “Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. (2) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. (3) Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. (4) Secara parsial Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *intervening*. (Auliya, Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening, 2018).

Selvajarah, et.al. (2018), dalam penelitiannya *The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm's Financial Performance in Malaysia*. Hasil dari penelitian ini adalah dari resiko bisnis, reputasi perusahaan dan perhatian pemegang saham secara statistik berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun, tidak ada cukup bukti untuk mendukung klaim bahwa keterlibatan karyawan dapat

mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan secara signifikan (Selvarajah, et.al., 2018).

Penelitian Chen (2017) dengan judul “*The influence of CSR on firm value: an application of panel smooth transition regression on Taiwan.*” Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai ambang CSRI adalah 13,082, dengan demikian investasi CSRI tidak memberikan kontribusi untuk meningkatkan nilai perusahaan sampai melebihi ambang batas transisi nilai (Chen & Lee, 2017).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kinerja Lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Pertambangan dan Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019).”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh kinerja lingkungan terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019?

2. Bagaimanakah pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019?
3. Bagaimanakah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019?
4. Bagaimanakah pengaruh kinerja lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019.

4. Untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kinerja lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur Pertambangan dan Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa kalangan sebagai berikut:

###### **a. Bagi kalangan akademisi**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan informasi untuk penelitian dan penulisan selanjutnya di bidang yang relevan.

###### **b. Bagi kalangan masyarakat luas**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai edukasi dan informasi untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan kinerja

lingkungan perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas yang nantinya akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

c. Bagi dunia perusahaan

Hasil penelitian ini merupakan salah satu sumbang pikir bagi manajemen perusahaan manufaktur pertambangan dan perkebunan yang terdaftar di BEI dalam mengelola kinerja lingkungan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas untuk memaksimalkan nilai perusahaan.