

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang saat ini sedang berkembang pesat, persaingan antara perusahaan tentu mengencangkan antar perusahaan. Setiap perusahaan berusaha keras untuk mencapai keunggulan dan kualitas. Keunggulan perusahaan tercermin dalam kemampuannya untuk mengendalikan dan meningkatkan kinerja, baik dalam aspek keuangan maupun *non-keuangan* (Triyani et al., 2021). Semakin besar suatu perusahaan, maka semakin tinggi juga kerusakan lingkungan yang disebabkan karena adanya eksploitasi sumber daya yang mungkin bisa saja dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin. Hal ini dapat berdampak buruk terhadap lingkungan di sekitar dan mempengaruhi citra perusahaan dimata masyarakat (R. Nurjanah & Mulazid, 2018). Dalam situasi seperti ini, perusahaan akan melakukan cara untuk membangun citra yang baik dalam pandangan masyarakat. Salah satu caranya adalah dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang memiliki rasa kewajiban sosial perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya dan masyarakat secara umum. Kegiatan program CSR melibatkan berbagai sektor, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Beberapa contoh dari kegiatan CSR adalah program pelatihan untuk karyawan, program keberlanjutan *supply chain*, program penggunaan energi terbarukan, program beasiswa, dan sebagainya. Semua kegiatan program CSR ini nantinya akan

dievaluasi untuk menjadi penilaian perusahaan. Melalui pelaksanaan kegiatan CSR, perusahaan dapat menyampaikan gambaran kepada pihak luar, khususnya investor bahwa perusahaan peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Peraturan perundang-undangan telah menetapkan kewajiban CSR bagi perusahaan. Landasan hukum untuk CSR dapat ditemukan dalam beberapa peraturan, seperti dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012). Pada peraturan tersebut, dijelaskan bahwa CSR adalah tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh semua perusahaan, terutama bagi perusahaan yang beroperasi di bagian bidang yang terkait dengan aspek alamiah atau sumber daya alam. Jika CSR tidak dilaksanakan, perusahaan dapat dikenakan sanksi.

Nilai perusahaan merupakan indikator penilaian yang dilakukan oleh pihak luar atau investor atas keberhasilan sebuah perusahaan. Nilai perusahaan memberikan manfaat terbesar bagi para pemegang sahamnya, dimana harga saham yang akan naik seiring dengan tingkat keuntungan para pemilik saham. Nilai perusahaan tercermin dalam harga saham perusahaan tersebut (Rutin, Triyonowati, et al., 2019). Sebagai organisasi yang mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan hidup, perusahaan akan menarik investor dan masyarakat dengan kegiatan CSR yang perusahaan lakukan. Selain itu, dapat dianggap juga bahwa aktivitas CSR perusahaan merupakan investasi jangka panjang dalam pengembangan produk manufaktur.

Kegiatan CSR yang sudah diterapkan oleh perusahaan harus diungkapkan karena memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Jika sebuah perusahaan memenuhi kewajiban sosialnya, dampak positif yang diperoleh adalah peningkatan reputasi dan kepercayaan dari masyarakat. Ketika perusahaan berhasil membangun citra positif dan memperkuat keberadaannya, masyarakat juga mendapatkan manfaat melalui berbagai program yang diselenggarakan oleh perusahaan. Salah satu perusahaan yang menjalankan CSR adalah PT Telkom Indonesia, Tbk. PT Telkom sukses menjalankan CSR dalam bidang pendidikan, di mana perusahaan ini membangun Telkom *University* untuk memberikan beasiswa kepada mahasiswa baru agar melahirkan generasi masa depan yang berpendidikan dan terbuka dengan kemajuan teknologi modern yang masih terus berkembang.

Peristiwa-peristiwa seperti pembakaran lahan secara ilegal dan standar keamanan kerja yang buruk dapat memberikan penilaian yang negatif dari pihak luar, termasuk pemilik sebagai pemberi modal utama perusahaan serta pekerja dan masyarakat yang terdampak dari kegiatan perusahaan. Cara para pihak yang berkepentingan menilai sejauh mana suatu perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya adalah dengan melalui informasi yang diungkapkan oleh perusahaan tersebut. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Puteri dkk. (2018) yang menemukan bahwa kinerja sosial berhubungan positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini membuktikan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bagaimana pihak luar melihat perusahaan. Maka itu, pengungkapan CSR dilakukan untuk mencegah terjadinya ketidaksetaraan informasi yang dapat merugikan perusahaan ketika perusahaan telah berhasil dalam

pelaksanaan tanggung jawab sosialnya. Melalui penerapan CSR, perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan bagi pemegang saham saja, melainkan juga memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnisnya (*stakeholder*) (Afifah et al., 2021).

Wirawan et al. (2020) telah melakukan penelitian yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebagai tambahan, Dang et al. (2021) juga menemukan bahwa kebijakan dividen berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan, meskipun hasil penelitian Ovami et al. (2020) menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Nurjanah et al. (2023) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat menurunkan nilai perusahaan di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa sejumlah variabel, termasuk tingkat kematangan perusahaan dan risiko keuangan, dapat memitigasi dampak negatif pengungkapan CSR dan menjadikannya berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Terdapat *research gap* pada penelitian sekarang ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, dimana penelitian ini mencakup beberapa aspek yang unik. Pertama, berdasarkan uraian penelitian sebelumnya, diketahui bahwa CSR tidak selalu dinilai positif terhadap nilai perusahaan dan hubungannya dipengaruhi oleh situasi tertentu. Oleh karena itu, melalui dukungan literatur, penelitian ini mencoba untuk menguji bagaimana *firm maturity* dan *dividend policy* dapat menjadi variabel moderasi yang memperkuat korelasi pengungkapan CSR dan nilai perusahaan di Indonesia, mengingat masih terbatasnya bukti mengenai variabel-

variabel tersebut sebagai variabel moderasi. Kedua, sampel penelitian ini adalah seluruh sektor perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022, kecuali sektor keuangan. Di mana pada sektor-sektor perusahaan di Indonesia ini ditentukan oleh kondisi ekonomi. Jika kondisi ekonomi menurun, maka harga saham tentu saja akan menurun. Penurunan harga saham akan secara langsung memengaruhi penilaian investor terhadap valuasi perusahaan, sehingga dapat mempersulit perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan citra yang baik. Dengan itu, solusi yang dapat dilakukan adalah dengan cara mengoptimalkan kinerja perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, solusi lain adalah dengan perusahaan berkontribusi mensejahterakan masyarakat yang biasa disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya di atas, maka judul penelitian ini adalah **“PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *FIRM MATURITY* DAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**. Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi pada perkembangan literatur CSR di Indonesia dengan melalui penemuan-penemuan baru terkait peran faktor *firm maturity* dan kebijakan dividen dalam mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

2. Apakah *firm maturity* dapat memperkuat pengaruh positif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah kebijakan dividen dapat memperkuat hubungan positif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini, adalah:

1. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh positif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk memberikan bukti empiris mengenai peran *firm maturity* dalam memperkuat hubungan positif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk memberikan bukti empiris mengenai peran kebijakan dividen dalam memperkuat hubungan positif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya

Hal ini diharapkan dapat menjadi referensi dasar yang berguna untuk studi tambahan. Peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian semacam ini dapat menggunakannya sebagai referensi, khususnya yang meneliti dampak

pengungkapan CSR dan penilaian nilai perusahaan. Selain itu, dapat menjadi panduan untuk menambahkan variabel dan melakukan penyesuaian.

2. Bagi praktisi

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara baik dan jelas agar meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat bermanfaat bagi investor atau pihak kepentingan lainnya untuk memperhatikan CSR sebuah perusahaan karena dapat mempengaruhi nilai saham perusahaan tersebut.

1.5 Batasan Masalah

Dikarenakan penelitian ini yang terlalu luas, maka peneliti menetapkan batasan untuk mencegah penyebaran topik yang menimbulkan kesalahan di dalam penelitian, sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai. Berikut adalah batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini:

1. Penggunaan sampel pada penelitian ini adalah seluruh sektor perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022, kecuali sektor keuangan.
2. Data yang didapatkan untuk melakukan penelitian ini adalah data sekunder, yang didapatkan dari website www.idx.co.id.
3. Penelitian ini memiliki batasan variabel independen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), serta variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan.

1.6 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan peneliti dalam membahas pokok pembahasan penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

BAB I –PENDAHULUAN

Bab ini sebagai pengantar dan penjelasan garis besar dari penelitian yang dilakukan. Pada bab ini terdapat latar belakang, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika pembahasan.

BAB II –KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini membahas penjelasan teori-teori yang digunakan pada penelitian, menggambarkan kerangka pemikiran dari penelitian, menguraikan penelitian terdahulu yang dijadikan referensi untuk penelitian yang dilakukan, serta pengembangan hipotesis dari penelitian.

BAB III – METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan informasi mengenai metodologi yang digunakan pada penelitian yang sedang dijalankan. Pada bab ini terdapat objek penelitian, teknik pengambilan data, variabel penelitian, dan metode penelitian.

BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui uji statistik dan memberikan penjelasan pembahasan atas hasil penelitian.

BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

