

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis pada era globalisasi menuntut perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya, ini bertujuan untuk menarik investor agar mau berinvestasi pada perusahaan. Nilai perusahaan menjadi sebuah cerminan baik bagi pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi bagi pihak internal menggambarkan kesejahteraan pemilik, manajer, pemegang saham serta seluruh yang terkait didalamnya. Sedangkan nilai yang tinggi bagi pihak luar mencerminkan kekuatan, serta kepercayaan dari masyarakat umum. Salah satu jenis perusahaan adalah perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur mengalami proses yang panjang mulai dari mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan yang menilai baik buruknya perusahaan dimasa yang akan datang. Dengan baiknya nilai perusahaan, maka perusahaan akan dipandang oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya. Nilai saham yang meningkat menyebabkan pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Hermuningsih,2012).

Saat ini telah banyak perusahaan yang *go public* dengan mendaftarkan dalam bursa efek untuk meningkatkan nilai perusahaan (Avelia & Tarigan, 2015). Menurut Lingga & Suaryana (2017), Setiap perusahaan mempunyai dua tujuan, yaitu tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk

memaksimalkan nilai perusahaan. Hal yang menjadi tujuan sebuah entitas, yaitu untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya, ingin memakmurkan pemilik perusahaan dan para pemilik saham, serta memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Naik turunnya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Menurut Tjahjono (2013) Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham, sehingga dengan nilai perusahaan yang tinggi dapat menunjukkan kemakmuran dan kesejahteraan para pemegang saham juga semakin tinggi (Tauke dkk, 2017).

Nilai perusahaan tidak terlepas dari kinerja perusahaannya dalam memperoleh keuntungan perusahaan. Perusahaan akan berusaha dalam meningkatkan keuntungan dari perusahaan dengan cara meningkatkan kinerja perusahaannya dalam meningkatkan produktivitas perusahaan. Prospek perusahaan yang akan datang dapat tercermin dari nilai perusahaan. Perusahaan yang memperhatikan faktor keuangan perusahaan dan non keuangan perusahaan akan lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang hanya melihat salah satu sisi saja, hal ini yang akan meningkatkan nilai dari perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai laba masa yang akan datang dan dihitung dengan suku bunga yang tepat (Wardani dkk, 2018). Ada beberapa hal yang menjadi tujuan dari sebuah entitas, yaitu untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya, ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham, serta memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya (Anjasari & Andriati, 2016). Peningkatan dari nilai perusahaan dicapai

dengan melihat kemampuan perusahaan beroperasi dalam mencapai laba yang ditargetkan. Laba perusahaan merupakan elemen yang penting untuk menciptakan nilai perusahaan yang menunjukkan kemungkinan dan harapan perusahaan di masa yang akan datang. Melalui pencapaian laba tersebut, perusahaan dapat memberikan deviden kepada pemegang saham, meningkatkan pertumbuhan perusahaan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Perusahaan menerapkan strategi sesuai dengan kondisi saat ini untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau nilai perusahaan.

Persepsi investor dalam perusahaan merupakan nilai perusahaan, yang dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dijadikan alat ukur terhadap tingkat kemakmuran dan keberhasilan perusahaannya yang merupakan tujuan dari perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dari nilai pasar bagi perusahaan yang sudah *go public*. Menurut Dianawati & Fuadati (2016) memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang akan dicapai. Nilai perusahaan memberikan kemakmuran dan keuntungan bagi pemegang saham jika harga saham meningkat semakin tinggi harga saham, maka menyebabkan semakin tingginya keuntungan pemegang saham. Harga saham yang tinggi diakibatkan oleh tingginya nilai perusahaan yang akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan saat yang akan datang. Menurut Wardani dkk (2018), Nilai perusahaan adalah nilai laba masa yang akan datang di ekspektasi yang dihitung kembali dengan suku bunga yang tepat. Memaksimalkan nilai perusahaan juga merupakan salah satu tujuan perusahaan yang harus dicapai (Dianawati & Fuadati, 2016). Upaya yang dapat dilakukan oleh pemilik atau pemegang saham untuk memaksimalkan nilai

perusahaan adalah dengan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga ahli atau profesional yang disebut manajer.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah faktor kinerja lingkungan. Pengelola kinerja lingkungan dalam upaya mencegah kerusakan lingkungan yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan. Jika perusahaan tidak memperhatikan lingkungan dalam jangka panjang, hal itu akan mempengaruhi pertumbuhan nilai perusahaan yang menjadikan nilai perusahaan bertumbuh secara lambat bahkan tidak ada pertumbuhan dan meningkatnya nilai perusahaan disebabkan oleh kinerja lingkungan yang bagus (Rakhimah &Agustia, 2007).

Kinerja merupakan keterampilan dan kemampuan dalam pekerjaan tertentu yang akan berdampak pada *reword* dari perusahaan. kinerja adalah kesuksesan seseorang dalam menjalankan tugas, hasil kerja yang dicapai oleh seorang atau kelompok sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing (Sutrisno, 2016). Kinerja lingkungan adalah mekanisme bagi perusahaan yang mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan.

Informasi tentang penurunan nilai perusahaan yang diakibatkan oleh turunnya harga saham perusahaan dapat disebabkan karna kasus-kasus dalam perusahaan. Contoh beberapa kasus yang menyebabkan fluktuasi harga saham yang terjadi pada PT. Semen Indonesia Tbk yang mengalami penurunan harga saham akibat kasus gugatan izin lingkungan pabrik di Rembang Jawa Tengah Indonesia tahun 2016. Saham yang sebelumnya dibuka dengan harga perlembarnya Rp 10.150 turun

menjadi harga Rp 10.075 per lembar saham. Kasus yang lainnya juga terjadi pada PT.Freeport Indonesia. hal ini terjadi karena kasus demo yang dilakukan warga Rembang yang menolak pendirian pabrik tersebut. Kasus lainnya terjadi pada Freeport Indonesia saham menurun dari US\$17,8 menjadi US\$17,40. PT Freeport mengalami penurunan disebabkan oleh adanya pernyataan manajemen tentang permasalahan tambang tembaga. Selain itu perusahaan juga melakukan penyelewengan perpajakan dan peraturan-peraturan lingkungan hidup yang telah dilakukannya selama mengoperasikan perusahaan Freeport. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari BPK bahwa Freeport merugikan penerimaan negara bukan pajak sebesar US\$445.96 juta dan audit BPK mengemukakan bukti perusahaan membuang limbah ke sungai Ajkwa mengalir sampai kelaut Arufa dan berdampak terjadinya perubahan ekosistem yang mengakibatkan kerusakan dan kerugian lingkungan. Akibatnya limbah bocor kepemukiman, membunuh ladang sagu, hingga mencabut mata pencaharian penduduk sebesar Rp 185 triliun (Syailendra, 2020). Kasus lainnya mengenai pencemaran limbah udara yang dilakukan PT. Rayon Utama Makmur di Sukoharjo. Pemkab pernah melayangkan surat berisi permintaan agar PT. Rayon Utama Makmur (RUM) mengurangi produksi guna menekan bau limbah (Chotimah, 2018)

Hariati & Rihatiningtyas (2015) menyatakan citra perusahaan yang baik diakibatkan oleh baiknya pertanggung jawaban perusahaan kepada kelestarian lingkungan hidup. Respon positif yang didapatkan oleh investor didapatkan dari

perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik, sehingga harga saham dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Setiawan (2016) laba yang diperoleh kinerja perusahaan diukur menggunakan aspek lingkungan. Perusahaan tidak hanya akan menghadapi tantangan dalam memaksimalkan kinerja lingkungan dan menghasilkan keuntungan ekonomi. Persoalan lain yang harus dihadapi perusahaan adalah masalah lingkungan karena perusahaan akan melibatkan lingkungan sehingga lingkungan berkontribusi kepada perusahaan dalam mencapai tujuannya. Banyak perusahaan yang kurang peduli terhadap limbah yang dihasilkan dari proses produksi barang atau produk perusahaan sehingga mengakibatkan pencemaran lingkungan (Lingga & Suaryana, 2017). Menurut Anjasari & Adrianti (2016), tingginya peringkat kinerja lingkungan yang dicapai oleh perusahaan dapat menjadi salah satu faktor mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Semakin baik tanggung jawab perusahaan terhadap kepedulian akan kelestarian lingkungan maka *image* perusahaan akan meningkat. Hal tersebut terjadi karena perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial dan legitimasi terhadap masyarakat, sehingga keberadaan perusahaan dapat direspon baik oleh masyarakat. Investor akan lebih tertarik dan berminat kepada perusahaan yang memiliki *image* baik di masyarakat, hal tersebut berdampak pada tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan.

Windya dkk, (2020) menyatakan upaya dalam memperbaiki kinerja lingkungan merupakan usaha perusahaan menyeimbangkan norma yang berlaku di perusahaan dan di masyarakat. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengejar

keuntungan ekonomi, tetapi juga seharusnya memperhatikan lingkungan hidup maupun lingkungan sosial. Dengan kata lain, perusahaan berorientasi pada konsep *triple bottom line*, yaitu meliputi keuangan (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*).

Terkait dengan isu permasalahan yang disebabkan oleh perusahaan di Indonesia, pemerintah mengeluarkan kebijakan tentang pelestarian lingkungan yang diatur dalam undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT) dan peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang lingkungan perseroan terbatas dan tanggung jawab sosial tahun 2002, kementerian lingkungan hidup telah mengadakan program penilaian peringkat kinerja perusahaan (PROPER) bertujuan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam melaksanakan pengelolaan lingkungan hidup. Dalam PROPER ini, kinerja lingkungan perusahaan dapat dinilai dari peringkat warna yang terbaik yaitu emas, hijau, biru, merah hingga yang terburuk yaitu hitam. Semakin baik peringkat yang dimiliki perusahaan, semakin baik bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan hidup, dimana hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki legitimasi di masyarakat.

Beberapa peneliti yang mencoba meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Angelia dkk (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu hasil penelitian Hariati & Rihatiningtyas (2015) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *corporate social responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan dalam dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan yang menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. *corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang memberi dampak terhadap lingkungan hidup maupun sosial. Windya dkk (2020) menyatakan pertanggung jawaban perusahaan yang mengungkapkan informasi *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan atau laporan keuangan menunjukkan bahwa perusahaan telah berkontribusi secara langsung dalam melestarikan lingkungan dan menjaga hubungan sosial.

Corporate social responsibility dan kinerja lingkungan yang baik merupakan hal yang meningkatkan nilai perusahaan, meningkatnya harga saham yang diakibatkan respon positif dari investor. *Corporate social responsibility* merupakan suatu konsep akuntansi baru yang lebih transparan terhadap pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan tidak hanya mengungkapkan informasi keuangan perusahaan tetapi juga mengungkapkan mengenai dampak lingkungan hidup dan sosial yang diakibatkan oleh perusahaan (Utomo, 2019).

Menurut Windya dkk (2020) perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* didalam laporan keuangan atau laporan tahunan menunjukkan bahwa perusahaan telah berkontribusi dalam menjaga hubungan sosial dan melestarikan lingkungan hidup. Ghaesani (2016) yang meneliti pengaruh

pengungkapan corporate social responsibility dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa pengungkapan corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan di Indonesia sering mendapat kritik dari masyarakat karena kurangnya kesadaran sosial. Kritik dari masyarakat menunjukkan bahwa terdapat konflik sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia. Hal ini terbukti bahwa masih banyak perusahaan di Indonesia yang mengabaikan lingkungan sosial. Hal itu akan mempengaruhi pertumbuhan perusahaan itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang mengikuti program penilaian peringkat kinerja perusahaan (PROPER) dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020. Perusahaan yang tercatat di BEI digunakan sebagai penelitian karena selain perusahaan mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan atau laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan terutama kepada stakeholder. Alasan penulis menggunakan sampel perusahaan manufaktur karena industri manufaktur merupakan industri yang banyak melakukan ekspolarasi tentang lingkungan hidup, dalam hal ini perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah seperti polusi udara, limbah, keamanan produk, dan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dilihat dari produksinya, perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan pencemaran lingkungan sekitar perusahaan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari beberapa penelitian terdahulu, maka diajukan sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris tentang:

1. Menganalisis pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diharapkan hasil yang diperoleh didalam penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat

- a. Bagi investor atau pemegang saham dalam mengambil suatu keputusan untuk membeli atau menjual saham sehubungan dengan harapan terhadap deviden yang akan dibayarkan.
- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini merupakan salah satu sumbang pikir manajemen perusahaan manufaktur adalah mengelola kinerja

lingkungan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang terdaftar di BEI dan mengikuti program penilaian peningkatan kinerja perusahaan PROPER tahun 2016-2020).

Untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan yang bertujuan untuk memberikan nilai pada masyarakat karena tingginya kinerja lingkungan akan berdampak meningkatnya nilai perusahaan.

Untuk mengetahui pengaruh biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang bertujuan untuk memberikan nilai pada masyarakat, berpartisipasi dalam kesadaran lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas karyawan yang bekerja di perusahaan.

2. Manfaat Teoritis

Bagi penulis sarana menambah ilmu pengetahuan yang secara teoritis sudah dipelajari dibangku perkuliahan sehingga memperoleh gambaran yang dapat dipercaya tentang nilai perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran secara umum bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka penulis menguraikan secara ringkas isi masing-masing bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang pendahuluan, membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan dan pada bab ini merupakan gambaran awal dari penelitian tersebut.

BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini akan menguraikan tentang landasan teori dan pengembangan hipotesis yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas. Membahas tentang variabel yang berkaitan dengan judul penelitian dan pengembangan masing-masing hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan tentang tahap atau proses pengambilan populasi dan sampel, dan sumber data, variabel dan definisi operasional dan teknik yang akan dilakukan untuk tahap pengujian data dan hipotesis.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang hasil analisis data yang terdiri dari deskripsi sampel penelitian populasi, hasil statistik deskriptif, hasil uji asumsi klasik serta hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini menjelaskan tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.