

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban perusahaan terkait dengan dampak kegiatan operasional perusahaan kepada seluruh pihak yang terkait di dalamnya dengan memberikan berbagai program yang bermanfaat. *Corporate social responsibility* (CSR) juga dikenal dengan konsep *triple bottom line*. Konsep ini dikemukakan oleh Elkington (1998) yang menjelaskan bahwa perusahaan kini tidak lagi terfokus pada bagaimana memenuhi laba, namun juga memperhatikan aspek lain, yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, sosial, dan keuangan.

Pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) pada suatu perusahaan mendapatkan perhatian dari pemangku kepentingan. Perusahaan yang menerapkan CSR dapat meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan tersebut bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasional.

Pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, dan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 tahun 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil. Peraturan perundang-undangan menjelaskan bahwa perusahaan wajib untuk melaksanakan CSR. Peraturan tersebut juga menjelaskan bahwa perusahaan akan diberikan sanksi jika tidak melaksanakan praktik CSR.

Praktik CSR tidak diatur secara khusus di Malaysia, namun terdapat beberapa peraturan yang relevan terkait pelaksanaan CSR. Malaysian Accounting Standards (MAS) No. 198 membahas mengenai persyaratan pengungkapan untuk kontribusi sukarela yang dilakukan perusahaan. Perusahaan di Singapura juga tidak memiliki peraturan pelaksanaan CSR yang wajib. Namun Kementerian Lingkungan dan Sumber Daya Air (MEWR) mendorong perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial serta bekerja sama dengan Bursa Saham Singapura (SGX) untuk melacak kinerja CSR perusahaan. Thailand dan Filipina tidak mewajibkan perusahaan untuk menjalankan dan mengungkapkan kinerja CSR. Namun, bursa efek di kedua negara tersebut mendorong perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial sebagai konsekuensi dampak negatif dari aktivitas operasional perusahaan.

Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial akan meningkatkan kepercayaan investor, yang dapat dilihat pada keinginan investor untuk berinvestasi. Dengan kata lain, pelaksanaan praktik CSR di suatu perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Chung et al. (2018) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kinerja CSR dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang peduli lingkungan sekitar serta melaksanakan tanggung jawab sosialnya, dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Hendratama & Huang (2021) juga menunjukkan bahwa kinerja CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kinerja CSR terhadap nilai perusahaan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Ogachi

& Zoltan (2020), Kim et al. (2019), Lee & Choi (2021), Tsang et al. (2020), dan Sial et al. (2018).

Penelitian oleh Kim et al. (2019) menggunakan sampel sebanyak 5.040 perusahaan di Amerika Serikat pada tahun 2006-2016. Tsang et al. (2020) juga menggunakan sampel perusahaan di Amerika dengan jumlah sampel sebanyak 5.634 perusahaan selama periode 1991-2016. Lee & Choi (2021) menggunakan sampel sebanyak 9.661 data observasi pada perusahaan di Korea. Mereka menyimpulkan bahwa semakin tinggi kinerja CSR suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Berbeda dengan penelitian di atas, penelitian yang dilakukan oleh Fahad & Busru (2020) menunjukkan bahwa kinerja CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kinerja CSR suatu perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan tersebut dan sebaliknya. Penelitian lain juga menunjukkan hubungan negatif antara kinerja CSR terhadap nilai perusahaan, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Bing & Li (2019) dengan sampel perusahaan dari China periode 2010-2017, Seth & Mahenthiran (2022) yang menggunakan sampel perusahaan di India, Guo et al. (2020) dengan sampel perusahaan dari China, dan Hsiao et al. (2024) yang menggunakan perusahaan dari 15 negara dengan jumlah sampel sebanyak 34.333 data observasi.

Hasil penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa tidak ada hasil yang konsisten tentang pengaruh kinerja CSR terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa

faktor seperti, pengukuran variabel, data yang digunakan, ataupun metode yang digunakan. Menurut Lys et al. (2015) kinerja CSR suatu perusahaan memiliki tujuan yang berbeda. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk meningkatkan kinerja pada tahun tersebut, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan tersebut mengharapkan nilai perusahaan yang lebih baik di masa depan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lys et al. (2015) menunjukkan bahwa kinerja CSR perusahaan bukan semata-mata sebagai bentuk tanggung jawab yang harus dilakukan perusahaan. Namun, pelaksanaan CSR tersebut mengharapkan peningkatan nilai perusahaan yang lebih baik. Lys et al. (2015) memberikan bukti bahwa kinerja CSR perusahaan akan memberikan sinyal mengenai kinerja perusahaan dan nilai perusahaan yang lebih baik di masa depan.

Hasil yang masih bertolak belakang ini menunjukkan bahwa mungkin terdapat faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara kinerja CSR dan nilai perusahaan. Faktor lain tersebut dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan kinerja CSR dengan nilai perusahaan. Penulis menduga bahwa faktor tersebut adalah manajemen laba.

Peningkatan nilai perusahaan tidak terlepas dari peningkatan laba yang diperoleh perusahaan. Laba merupakan salah satu indikator penting pada perusahaan, serta menjadi salah satu dasar pengambilan keputusan bagi pemagku kepentingan. Perusahaan berupaya untuk meningkatkan angka laba untuk memenuhi target yang perlu dicapai. Namun masalah akan muncul apabila pihak manajemen perusahaan berupaya untuk memanipulasi laba (manajemen laba).

Manajemen laba merupakan proses untuk mengambil langkah tertentu yang disengaja dalam batas-batas prinsip akuntansi berterima umum untuk menghasilkan tingkat yang diinginkan dari laba yang dilaporkan (Davidson et al., 1987, sebagaimana dikutip dalam Sulistyanto, 2013). Praktik manajemen laba dapat memberikan dampak negatif pada perusahaan. Salah satu dampak tersebut adalah perusahaan akan kehilangan dukungan dari pemangku kepentingan dan berimbas pada penurunan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Chakroun et al. (2022) menunjukkan bahwa praktik manajemen laba berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Bouaziz et al. (2020), Limarwati et al. (2023), dan Al-Shouha et al. (2024) juga menemukan bahwa manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, manajemen laba dapat menurunkan nilai perusahaan karena terjadi manipulasi laba dengan cara meningkatkan laba periode berjalan tetapi akan berdampak buruk pada nilai perusahaan.

Penelitian Sial et al., (2018) justru menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun dalam penelitian Sial et al., (2018) menyimpulkan bahwa manajemen laba memberikan efek moderasi pada hubungan kinerja CSR terhadap nilai perusahaan. Artinya, manajemen laba memperlemah hubungan kinerja CSR terhadap nilai perusahaan. Perilaku manajemen laba yang dilakukan manajer akan merugikan para pemangku kepentingan namun menguntungkan bagi manajer.

Manajer akan melakukan upaya untuk menutupi perilaku tidak pantas mereka dengan berbagai upaya, salah satunya dengan menerapkan kegiatan CSR.

Pelaksanaan CSR digunakan untuk memberikan kesan bahwa perusahaan transparan terkait dengan pelaporan kondisi keuangan dan juga untuk menarik perhatian investor dengan harapan dapat meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Manajemen laba yang dilakukan untuk ajang mempromosikan kegiatan CSR serta menghindari kendali pemangku kepentingan dalam tata kelola perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa kinerja CSR memiliki peran penting dalam kaitannya dengan nilai perusahaan. Kinerja CSR suatu perusahaan menjadi pedoman penilaian baik atau tidaknya perusahaan serta menggambarkan citra perusahaan. Ketertarikan investor pada perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya akan berdampak pada nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh kinerja CSR. Selain itu, perilaku oportunistik dari manajemen perusahaan juga dapat mempengaruhi kepercayaan pemangku kepentingan dan berimbas pada nilai perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah dan ketidakkonsistenan hasil dari penelitian sebelumnya seperti yang sudah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh kinerja CSR terhadap nilai perusahaan dengan berfokus pada peran manajemen laba sebagai variabel moderasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kinerja CSR yang diukur menggunakan skor rata-rata masing-masing pilar ESG dan variabel dependen akan diukur menggunakan rasio *Tobin's Q*. Variabel moderasi yaitu manajemen laba akan dihitung menggunakan rumus *discretionary accrual*. Penelitian ini akan menggunakan *lag* satu tahun untuk melihat pengaruh kinerja CSR pada nilai perusahaan di masa depan seperti yang dilakukan oleh Lys et al. (2015). Sampel

penelitian ini adalah perusahaan non-keuangan yang terdaftar di bursa efek di Asia Tenggara selama periode 2013-2022.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kinerja *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada masing-masing negara di wilayah Asia Tenggara?
2. Apakah manajemen laba memiliki efek moderasi pada pengaruh kinerja *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada masing-masing negara di Asia Tenggara?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kinerja *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada masing-masing negara di wilayah Asia Tenggara.
2. Memberikan bukti empiris mengenai efek moderasi manajemen laba pada pengaruh kinerja *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada masing-masing negara di wilayah Asia Tenggara.
3. Memberikan bukti empiris tentang hubungan kinerja *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan dalam jangka panjang pada masing-masing negara di wilayah Asia Tenggara.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan tambahan bukti empiris tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan terutama dengan meneliti hubungan variabel kinerja CSR dan dampaknya terhadap nilai perusahaan.
2. Memberikan tambahan bukti empiris tentang bagaimana pengaruh manajemen laba dalam memoderasi hubungan kinerja CSR terhadap nilai perusahaan.
3. Memberikan tambahan bukti empiris tentang hubungan kinerja *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini akan dirincikan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan yang terkait dengan judul yang diteliti.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan menjelaskan beberapa teori serta konsep dasar tentang topik penelitian yang akan dikaji. Di bab ini juga akan dibahas mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta pengembangan hipotesis yang akan diteliti oleh peneliti.

#### **BAB III METODA PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan, variabel yang diteliti, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, serta metode analisis data.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan menjelaskan hasil pengujian hipotesis dan penjelasan hasil penelitian yang diperoleh.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini akan memuat mengenai simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya untuk mengatasi keterbatasan yang ada.

