

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Keberhasilan dan prospek pertumbuhan suatu perusahaan sangat bergantung pada berbagai faktor, salah satunya yakni tercemin melalui peningkatan nilai perusahaannya. Penerapan strategi bisnis yang inovatif serta efisiensi terhadap pengelolaan sumber daya untuk menciptakan kinerja jangka panjang perusahaan menjadi kunci utama dalam memenuhi harapan pemilik dan *stakeholder* melalui peningkatan nilai perusahaan yang tercemin pada harga sahamnya.

Nilai perusahaan menjadi salah satu tolak ukur yang digunakan untuk menggambarkan pengamatan dan penilaian *stakeholder* atas kinerja manajemen dalam mengelola modal yang telah diinvestasikan dalam menciptakan kemakmuran bagi seluruh *stakeholder* melalui prospek pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Perusahaan saat ini mengalami peralihan fokus yang dimana tidak lagi berupaya untuk mencapai pertumbuhan dan keuntungan finansial saja, tetapi juga berusaha untuk membangun kepercayaan, loyalitas, dan reputasi yang baik di pasar melalui tingginya nilai perusahaan yang tercipta. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan strategi bisnis yang berkelanjutan serta mempertahankan keunggulan kompetitif di industrinya (Afifah *et al.*, 2021).

Persaingan global yang semakin meningkat, membuat perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi nilai perusahaan yang kuat dan berkelanjutan (Dari, 2024). Berdasarkan

laporan yang dirilis oleh PricewaterhouseCoopers (PWC) pada tahun 2023, menyatakan bahwa sebesar 92% dari perusahaan di area Asia Pasifik memiliki minat terhadap lingkungan dan sosial ([www.pwc.com](http://www.pwc.com)). Hal ini menunjukkan perubahan bagaimana kegiatan bisnis yang dijalankan telah didorong oleh ekspektasi masyarakat yang terus berkembang dan tekanan regulasi, sehingga memaksa perusahaan untuk menintegrasikan tanggung jawab sosial lingkungan ke dalam kegiatan dan strategi bisnis perusahaan.

Peningkatan perhatian dan kesadaran seluruh *stakeholder* terhadap kerusakan serta pencemaran lingkungan yang dilakukan perusahaan telah mendorong perusahaan dalam meningkatkan pengelolaan lingkungannya untuk mempertahankan nilai perusahaan. Menurut Walenta *et al.* (2024), perusahaan dengan rekam jejak yang baik dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan cenderung lebih dihargai oleh publik dan investor. Oleh karena itu, perusahaan perlu secara proaktif dalam mengembangkan dan menerapkan kebijakan terkait pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan untuk memperkuat dukungan dan kepercayaan *stakeholder* serta mempertahankan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Salah satu perusahaan yang tetap mempertahankan orientasi keberlanjutan dalam setiap aktivitas operasionalnya untuk keberlangsungan usahanya telah dilakukan oleh PT Bukit Asam Tbk (PTBA). Perusahaan tersebut memperoleh 3 penghargaan pada ajang Indonesia CSR Award (ICA) 2023 untuk 3 program *corporate social responsibility* yang dijalanannya ([www.ptba.co.id](http://www.ptba.co.id)). Dengan pencapaian tersebut, perusahaan semakin menunjukkan integritas dan komitmen terhadap keberlanjutan sehingga implementasi program keberlanjutan yang dijalankan dapat memperkuat hubungan kepercayaan dengan para

*stakeholder* dan berkontribusi langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hal ini dapat terlihat pada kenaikan pendapatan sebesar 21 persen QoQ (Quarter over Quarter) di periode yang sama dan menguatkan harga saham hingga 3,35 persen ke posisi 2.780 pada 5 Maret 2024.

Implementasi *corporate social responsibility* yang efektif sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan biaya secara strategis dan berkelanjutan, sehingga program yang dijalankan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan (Anggriani & Dewi, 2021). Biaya *corporate social responsibility* yang dikelola dengan baik tidak hanya mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kewajiban sosial tetapi juga dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan sebagai dasar pertanggung jawaban dalam memenuhi kepentingan *stakeholder*. Oleh sebab itu, *stakeholder* menuntut agar investasi dalam *corporate social responsibility* bukan hanya sekedar pengeluaran, melainkan bagian dari strategi bisnis yang dapat meningkatkan nilai keberlanjutan perusahaan (Tsabitha, 2024).

Kepercayaan dan harapan *stakeholder* terhadap perusahaan akan terus meningkat apabila perusahaan secara konsisten menunjukkan keterlibatan aktif dalam inisiatif sosial dan lingkungan, seperti program rehabilitasi ekosistem, edukasi masyarakat, hingga dengan program yang membutuhkan kerja sama dengan lembaga lingkungan (Irawan, 2024). Oleh karena itu, seluruh *stakeholder* menuntut adanya transparansi dan akuntabilitas dalam setiap aspek pelaksanaan program *corporate social responsibility*, termasuk dalam hal pengelolaan dan alokasi biaya *corporate social responsibility*. Dengan demikian, *stakeholder* dapat mengevaluasi informasi terkait efisiensi dan efektivitas penggunaan anggaran

*corporate social responsibility* untuk memastikan manfaat berkelanjutan tetap terjaga dan berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Biaya *corporate social responsibility* menjadi perhatian oleh banyak peneliti akibat perannya yang semakin signifikan dalam strategi bisnis perusahaan serta dampaknya terhadap keberlangsungan usahanya sehingga peneliti banyak menguji pengaruh biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Namun, banyak hasil penelitian menunjukkan adanya inkonsistensi antara biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, misalnya pada penelitian Rangga & Kristianto (2023), serta Agnelia *et al.* (2020) menunjukkan bahwa biaya *corporate social responsibility* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang tidak konsisten pada penelitian Pradnyawati & Werastuti (2024), Suryawan dan Susilandari (2024), dan Fauzia & Sari (2023) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif tetapi tidak signifikan antara biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan minat investor yang lebih kearah hasil investasi ketimbang kinerja sosial dan lingkungan.

Perusahaan yang secara transparan mengkomunikasikan aktivitas sosial dan lingkungannya lebih mudah untuk diterima dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Daromes, 2020). Oleh karena itu, perusahaan sebagai entitas bisnis harus ikut andil dalam bertanggung jawab terhadap pengelolaan aktivitasnya untuk tidak memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya salah satunya melalui pengungkapan emisi karbon. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki pengelolaan lingkungan yang baik seperti pengendalian emisi gas rumah kaca dapat mempertahankan serta berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaannya (Harjono, 2024).

Perusahaan yang menerapkan kebijakan fidusia dalam perencanaan hingga pada pengawasan aktivitas operasionalnya dapat secara transparan mengungkapkan informasi dan berkontribusi dalam mengatasi serta mengurangi emisi karbon yang dihasilkan. Di sisi lain, *stakeholder* mengharapkan agar perusahaan mengambil langkah proaktif dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam setiap aspek operasionalnya guna menciptakan nilai bagi perusahaan secara berkelanjutan. Transparansi dalam pelaporan emisi karbon dapat berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan karena memungkinkan *stakeholder* untuk menilai komitmen perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitar dan beroperasi secara berkelanjutan (Septiana & Ardiana, 2024).

*Carbon Disclosure Project* membahas pengungkapan emisi karbon yang dipandang penting sebagai bentuk transparansi terhadap pemangku kepentingan namun, banyak penelitian terdahulu yang menemukan hasil yang tidak konsisten antara pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan. Penelitian Trimuliani & Febrianto (2023), dan Rusmana & Purnaman (2020) menyatakan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang tidak konsisten dalam penelitian Afnilia & Astuti (2023), dan Asyifa & Burhany (2022) yang menyatakan pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan atau mengintegrasikan antara biaya *corporate social reponsibility* dan pengungkapan emisi karbon sebagai transparansi serta bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan yang dapat menjadi faktor pendorong terhadap peningkatan nilai perusahaan dari penelitian Anggriani & Dewi (2021). Adanya

peningkatan kesadaran perusahaan dalam memenuhi tuntutan para *stakeholder* terhadap bisnis berkelanjutan telah mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam melaporkan aktivitas perusahaan, termasuk melalui pengalokasian biaya *corporate social responsibility* dan pengungkapan emisi karbon. Dengan demikian, perusahaan yang secara aktif mengalokasikan biaya *corporate social responsibility* dan mengungkapkan emisi karbon secara transparan dapat memperoleh manfaat dalam bentuk peningkatan reputasi karena kepercayaan dan dukungan dari seluruh *stakeholder* meningkat terhadap bisnis yang peduli terhadap keberlanjutan sehingga berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pendalaman yang lebih lanjut bahwa keberlanjutan bukan lagi sekedar tren, melainkan kebutuhan strategis yang menentukan daya saing perusahaan. Biaya *corporate social responsibility* sering kali dipandang sebagai pengeluaran tambahan yang mengurangi profitabilitas jangka pendek. Namun, *corporate social responsibility* yang dikelola dengan baik dapat menjadi investasi jangka panjang yang meningkatkan reputasi, menarik konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Di sisi lain, transparansi dalam pengungkapan emisi karbon dapat meningkatkan kepercayaan investor yang semakin mempertimbangkan faktor lingkungan dalam keputusan investasi mereka. Perusahaan yang tidak mengungkapkan atau gagal mengelola emisi karbon mereka dengan baik dapat menghadapi berbagai risiko finansial dan reputasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas tentang pengaruh biaya *corporate social responsibility* dan pengungkapan emisi karbon pada nilai perusahaan, maka rumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah biaya *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pengungkapan emisi karbon berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dibidang akuntansi, pada bidang aspek lingkungan terkait dengan biaya *corporate social responsibility*, pengungkapan emisi karbon, nilai perusahaan yang didukung oleh *stakeholder theory*. Peneliti juga berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca selanjutnya baik sebagai bahan referensi

yang mengacu terkait dengan penelitian selanjutnya untuk meningkatkan ilmu pengetahuan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

##### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan kebijakan-kebijakan perusahaan terkait lingkungan dan membantu memahami pengungkapan informasi yang berkaitan dengan risiko emisi karbon sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan.

##### **2. Bagi Investor dan Calon Investor**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para investor atau calon investor dalam pengambilan Keputusan investasi pada suatu perusahaan.

##### **3. Bagi Pemerintah**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan pemerintah dalam penentuan kebijakan terkait dengan perubahan iklim.