

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara yang berkembang, Indonesia memerlukan banyak dana untuk memenuhi kebutuhan negara. Salah satu pendapatan negara berasal dari pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Perusahaan merupakan bentuk badan usaha yang didirikan serta melakukan suatu jenis usaha bersifat berkelanjutan (terus-menerus), untuk memperoleh laba atau keuntungan. Peran dari perusahaan bagi perekonomian Indonesia yaitu meningkatkan produksi nasional, membantu pemerintah dalam mengurangi masalah pengangguran dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru untuk mengurangi permasalahan pengangguran, meningkatkan sumber pendapatan serta menambah devisa negara, membantu pemerintah dalam usaha memakmurkan bangsa melalui pemerataan pendapatan, dan menghasilkan produk guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan tempat yang dapat digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang membutuhkan dana dari investor dengan cara memperdagangkan sebagian kecil sahamnya untuk umum dan dikelompokkan menjadi 3 sektor, yaitu sektor utama, sektor manufaktur dan sektor jasa. Sektor manufaktur yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu industri dasar dan kimia, aneka industri, serta industri barang konsumsi. Industri barang konsumsi atau sektor barang konsumsi memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang pesat, karena kebiasaan masyarakat yang cenderung

memiliki tingkat konsumsi yang tinggi. Pada sektor barang konsumsi terdapat 5 sub sektor, yaitu makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan keperluan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga.

Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usahanya pasti membuat suatu laporan keuangan yang secara periodik dibuat oleh bagian keuangan. Laporan inilah yang memberikan gambaran dengan jelas seperti apa kinerja keuangan perusahaan tersebut, apakah perusahaan tersebut mengalami peningkatan produksi dan peningkatan pendapatan ataukah mengalami penurunan produksi dan penurunan pendapatan. Data pada laporan keuangan juga dapat menjadi data yang digunakan para manajer dan pimpinan perusahaan guna mengambil keputusan untuk permasalahan yang muncul dimasa mendatang. Perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban terhadap pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Para *stakeholders* dan *shareholder* tertarik terhadap laporan tahunan yang terdapat informasi sosial, sehingga manajemen perusahaan dituntut dapat mengelola dana yang dianggarkan dan memikirkan dampak yang dapat ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial sekitar. Adanya hubungan perusahaan dengan lingkungan sosial menuntut untuk dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan dengan lingkungan sehingga memerlukan adanya tata kelola perusahaan yang baik.

Khusus untuk perusahaan yang berbentuk usaha Perseroan Terbatas (PT) terdapat peraturan tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

diatur dalam UU Pasal 74 Nomor 40 Tahun 2007 yang bertujuan menciptakan hubungan yang selaras, seimbang dan serasi dengan nilai, lingkungan, norma dan budaya masyarakat setempat (Mardikanto T, 2014). *Corporate Social Responsibility* (CSR) biasanya dikenal oleh masyarakat sebagai tanggung jawab perusahaan yang wajib dilakukan setiap tahunnya terhadap masyarakat dan lingkungan perusahaan. Kewajiban ini terdapat juga dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 pada bulir pertama yang menjelaskan tentang kegiatan usaha perseroan yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* merujuk pada semua hubungan antara perusahaan dengan karyawan, pelanggan, investor, masyarakat, pemerintah, pemasok, dan pesaingnya.

Melalui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* maupun *Good Corporate Governance* yang dilakukan melalui peningkatan perhatian terhadap lingkungan, masyarakat, kinerja keuangan yang baik, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan dan investasi sosial perusahaan, diharapkan akan mampu meningkatkan citra dari perusahaan tersebut dimata publik. Jika dilaksanakannya *Corporate Social Responsibility* akan membuat *Good Corporate Governance* perusahaan memadahi karena setelah dilakukannya *Corporate Social Responsibility* pada lingkungan perusahaan, maka akan memberikan jaminan kepada para *stakeholders* bahwasanya perusahaan mampu melakukan tata kelola perusahaan yang baik.

Perusahaan yang telah melakukan *Corporate Social Responsibility* membuat *Good Corporate Governance* dengan baik kemungkinan memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diperoleh oleh pemilik perusahaan. Tujuan peningkatan nilai perusahaan dipergunakan sebagai tujuan normatif. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di BEI, nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham yang diperjual belikan sebagai indikator nilai perusahaan.

Seiring dengan perkembangan zaman, kosmetik merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi dalam kebutuhan sehari-hari. Meningkatnya permintaan konsumen di pasaran menjadikan sektor ini semakin kompetitif. Marak beredarnya kosmetik dari Korea yang biasanya disebut sebagai *K-Beauty* di online shop yang bersaing ketat dengan produk dari dalam negeri. Produk-produk keperluan rumah tangga juga banyak didominasi oleh produk dari luar negeri yang membuat persaingan pasar dari dalam negeri maupun luar negeri membuat perusahaan dituntut untuk semakin berinovasi mengembangkan produknya. Hal ini dilihat oleh para investor sebagai peluang untuk menanamkan modalnya karena mereka melihat prospek yang cerah di masa mendatang.

Dari uraian diatas, peneliti ingin meneliti mengenai pengaruh dari CSR, GCG, dan kinerja keuangan di sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga karena belum terdapat adanya penelitian yang meneliti khusus pada sub sektor tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Listing di BEI Periode 2014-2016)**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut.

1. Adakah pengaruh *corporate social responsibility* secara signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga periode 2014-2016?
2. Adakah pengaruh *good corporate governance* secara signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga periode 2014-2016?
3. Adakah pengaruh kinerja keuangan secara signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga periode 2014-2016?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan ialah mengetahui pengaruh antara *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga periode 2014-2016.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi beberapa pihak, yaitu.

- a. Dalam penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
- b. Memberikan bukti empiris tentang pengaruh *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.
- c. Dapat menambah khasanah ilmiah yang nantinya dapat dikembangkan lagi dengan penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini, pembahasan dan penganalisisnya diklasifikasikan secara sistematis ke dalam lima bab yaitu.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar pembahasan dari penulisan ini meliputi *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, kinerja keuangan, nilai perusahaan dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai kerangka penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, metode analisis data dan koefisien determinasi.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas mengenai deskripsi data dan analisis data serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil penelitian dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.