

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah suatu entitas ekonomi yang lazim memiliki tujuan, baik tujuan dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek. Umumnya tujuan dalam jangka pendek perusahaan adalah untuk memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya alam yang ada, sedangkan dalam jangka panjang perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan Iktal (2011). Tujuan perusahaan berdiri adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham perusahaan.

Nilai perusahaan adalah suatu persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering kali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan tetapi pada prospek perusahaan di masa mendatang. Meningkatkan nilai perusahaan sangat penting yang artinya bagi suatu perusahaan dapat memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah prestasi yang sesuai dengan keinginan pemilik, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan kesejahteraan para pemilik akan meningkat.

Bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran di bursa efek yang terdapat dalam *listing price*. Beda halnya dengan perusahaan publik yang nilai pasar sudah ditetapkan lembaga independen seperti perusahaan jasa penilai. Nilai perusahaan adalah salah satu kondisi yang dicapai oleh suatu perusahaan yang merupakan bentuk gambaran dari suatu

kepercayaan masyarakat terhadap suatu kegiatan perusahaan yang sudah berlangsung selama bertahun-tahun. Dalam meningkatkan keuntungan seringkali perusahaan melupakan pentingnya lingkungan, sehingga menyebabkan kasus pengeksploitasian sumber daya alam. Sumber daya alam dapat berdampak kerusakan lingkungan, dan dalam jangka panjang dapat mengganggu keseimbangan kehidupan manusia. Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah faktor kinerja lingkungan (Ikbal, 2011)

Menurut Wahyuni (2018) bahwa peningkatan nilai perusahaan secara terus menerus akan terjadi apabila dalam menjalankan operasinya, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan diantaranya dimensi ekonomi, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan. Hal tersebut merupakan sebuah komponen yang ada pada *corporate social responsibility*. Salah satu hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *good corporate governance*. Peningkatan dan penurunan nilai perusahaan yang dipengaruhi struktur kepemilikan, diantaranya kepemilikan manajerial dan kepemilikan instutional (Fajari dan Isynuwardhana, 2019).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) juga mempengaruhi nilai perusahaan, dimana suatu perusahaan yang sudah melakukan CSR akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas. CSR adalah salah satu faktor non finansial yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan (Ikbal, 2011)

Pengungkapan CSR saat ini bukan dianggap biaya, akan tetapi sudah menjadi aset suatu perusahaan. Pengungkapan CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan

dapat dilihat dari aset perusahaan yang semakin bertambah. *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders*, khususnya kepada masyarakat yang tinggal berdekatan dengan lokasi perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan terdapat banyak ketidaksamaan hasil. Penelitian yang dilakukan oleh Crisomotomo (2011) menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan CSR memberikan kontribusi terhadap meningkatnya profitabilitas suatu perusahaan, dan menimbulkan reaksi pasar yang disertai dengan peningkatan harga saham perusahaan.

Profitabilitas adalah suatu kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Laba merupakan indikator seberapa baik kinerja perusahaan. Profitabilitas mencakup seluruh pendapatan dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai pengguna aktiva dan pasiva dalam beberapa periode. Investor menggunakan profitabilitas sebagai alat untuk memprediksi seberapa besar penggunaan nilai atas saham yang dimilikinya.

Penelitian yang dilakukan Kusumadilaga (2010), Pamudji (2013), Rosiana, (2013) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Islahuddin, (2008), Puspaningrum (2014) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Tjondro dan wilopo (2011) menunjukkan hasil bahwa GCG memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Beda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ragers Dkk (2009) yang

membuktikan bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas.

Nurhayati (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda penelitian yang dilakukan oleh Analisa (2011) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hal ini diakibatkan karena adanya faktor lain yang mempengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan. Begitu juga fitur pemeriksaan CSR dan GCG masih terbatas, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh CSR, GCG dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan industri barang konsumsi di BEI, sehingga dapat lebih menggambarkan kesimpulan pada akhir untuk perusahaan - perusahaan di Indonesia yang terdaftar di BEI.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan penelitian dalam penelitian ini juga memiliki manfaat yang dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan yang sama dan dapat menjadikan acuan bagi peneliti selanjutnya, manfaat tersebut diantaranya sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa STIE Widyagama Lumajang yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi.