

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini di latar belakang oleh penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai literatur peneliti. Hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh *Good Corporate Governance Corporate* dan *Social Responsibility* terhadap Kinerja perusahaan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun	Variabel Independen (X): <i>Good Corporate Governance (X1)</i> Variabel Dependen (Y): Kinerja Perusahaan (Y)	Kuantitatif	Hasil Penelitian Membuktikan Good Corporate Governance Berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Kepemilikan Institusional, Independensi Komite Audit, Kualitas Audit, Dan Ukuran Perusahaan. Semakin Tinggi

	2009-2011) (Prastya Puji Lestari, 2013)			<p>Kepemilikan Saham</p> <p>Institusional, Independensi</p> <p>Komite Audit, Kualitas</p> <p>Audit, Dan Ukuran</p> <p>Perusahaan, Maka Akan</p> <p>Meningkatan Kinerja</p> <p>Sebuah Perusahaan.</p> <p>Variabel Proporsi Dewan</p> <p>Komisaris Independen,</p> <p>Kepemilikan Manajerial,</p> <p>Dan Kepemilikan Asing</p> <p>Tidak Memiliki Pengaruh</p> <p>Yang Signifikan Terhadap</p> <p>Kinerja Perusahaan</p> <p>(Tobin's Q).</p>
2.	<p>Pengaruh Good</p> <p>Corporate</p> <p>Governance Dan</p> <p>Ukuran Perusahaan</p> <p>Terhadap Kinerja</p> <p>Perusahaan (Studi</p> <p>Empiris Pada</p> <p>Perusahaan Yang</p>	<p>Variabel</p> <p>Independen (X):</p> <p><i>Good Corporate</i></p> <p><i>Governance (X1)</i></p> <p>Dan Ukuran</p> <p>Perusahaan (X2)</p> <p>Variabel</p> <p>Dependen (Y):</p>	Kuantitatif	<p>Hasil Penelitian Ini</p> <p>Menunjukkan Bahwa</p> <p>Tidak Terdapat Pengaruh</p> <p>Yang Signifikan Antara</p> <p>Mekanisme Internal</p> <p>Corporate Governance</p> <p>Terhadap Kinerja</p> <p>Perusahaan. Demikian</p>

	<p>Terdaftar Di BEI (2010)</p> <p>Iqbal Bukhori, 2012.</p>	<p>Kinerja Perusahaan</p>		<p>Pula Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Perusahaan. Hal Ini Berarti Bahwa Mekanisme Internal Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan</p>
3.	<p>Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2009-2011)</p> <p>Vesy Novrianti, Riadi Armas</p>	<p>Variabel Independen (X):</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) - <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) <p>Variabel Dependen (Y):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja 	Kuantitatif	<p>Hasil Analisis Menunjukkan Bahwa: (1) CSR Dan GCG Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kinerja Perusahaan. (2) CSR Tidak Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kinerja Perusahaan (ROE) Dan GCG: Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran</p>

	(2012)	Perusahaan		Dewan Direksi, Dan Ukuran Komite Audit Tidak Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan (ROE) Dan Hanya Komisaris Independen Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kinerja Perusahaan (ROE)
4.	Pengaruh Good Corporate Governance, Kualitas Laba Dan Ukuran Perusahaan Pada Kinerja Perusahaan (Deby Anastasia Meilic Theacini, I Gde Suparta Wisadha, 2014)	Variabel Independen (X): - <i>Good Corporate Governance</i> - <i>Kualitas Laba</i> - <i>Ukuran Perusahaan</i> Variabel Dependen (Y): - Kinerja Perusahaan	Kuantitatif	Hasil Analisis Menemukan Bahwa Ukuran Dewan Direksi, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kualitas Laba, Dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Pada Kinerja Perusahaan, Sedangkan Jumlah Komite Audit Dan Proporsi Komisaris Independen Tidak Berpengaruh Signifikan.

5.	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Marius ME Dan Masri I, 2017)	Variabel Independen (X): - <i>Good Corporate Governance</i> - <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen (Y): - Kinerja Perusahaan	Kuantitatif	Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif Dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja Perusahaan, Kepemilikan Institusional Berpengaruh Negatif Dan Signifikan Terhadap Kinerja Perusahaan, Komite Audit Berpengaruh Negatif Dan Signifikan Terhadap Kinerja Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kinerja Perusahaan
6.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi	Variabel Independen (X): - <i>Corporate Social Responsibility</i> - <i>Good </i>	Kuantitatif	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa : Pertama, <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Berpengaruh Signifikan Terhadap Return On

	Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2016) Latifah Tussyadiah, 2018	<i>Corporate Governance</i> Variabel Dependen (Y): Kinerja Perusahaan		Assets (ROA). Kedua, Good Corporate Governance (GCG) Yang Diprosikan Dengan Dewan Komisaris, Kornite Audit Dan Pemegang Saham Berpengaruh ·Signifikan Terbadap Return On Assets (ROA) Sedangkao Kepemilikan Manajerial Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Return On Assels (ROA).
--	--	---	--	---

Sumber: Data diolah, 2020

Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan variabel dependen berupa kinerja perusahaan dan variabel independen berupa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. Sedangkan perbedaan terletak pada periode penelitian, penelitian terdahulu menggunakan periode 2007-2015 akan tetapi pada penelitian ini menggunakan periode 2014–2018. Perbedaan terletak juga pada keseluruhan penelitian terdahulu yang menggunakan

Rasio Tobin's Q sebagai pengukuran kinerja perusahaan, akan tetapi penelitian ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV) untuk mengukur kinerja perusahaan karena semakin tinggi rasio PBV menunjukkan bahwa semakin tingginya kepercayaan investor untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan. Beberapa sektor yang digunakan pada penelitian terdahulu berbeda dengan sektor yang digunakan oleh peneliti, seperti sektor pertambangan, sektor perbankan, sektor logam dan sejenisnya, sektor property, real estate dan konstruksi bangunan. Sedangkan penelitian ini menggunakan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Agency Theory

Agency Theory merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *corporate governance* serta konsep yang menjelaskan hubungan kontraktual antara *principals* dan *agents*. Dalam hal ini *principal* adalah pemilik atau pemegang saham, sedangkan yang dimaksud dengan *agent* adalah manajemen yang mengelola perusahaan. *Agency theory* menekankan akan pentingnya pemisahan kepentingan antara *principal* dan *agent*. Disini terjadi penyerahan pengelolaan perusahaan dari *principals* kepada *agents*. Tujuan dari pemisahan pengelolaan dari kepemilikan perusahaan, yaitu agar *principal* memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin ketika

perusahaan tersebut dikelola oleh *agent*. Teori agensi menjelaskan tentang hubungan antara dua pihak dimana salah satu pihak menjadi agen dan pihak yang lain bertindak sebagai prinsipal Hendriksen dan Breda, 2000 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Menurut Jensen dan Meckling, 1976 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) mengatakan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara menejer (*agent*) dengan investor (pemilik). Konflik kepentingan antara pemilik dan *agent* terjadi karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan pemilik sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Sebagai agen, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dengan demikian, terdapat dua kepentingan yang berbeda didalam perusahaan dimana masing-masing pihak berusaha mencapai tingkat kemakmuran yang dikehendaki.

Teori agensi juga menjelaskan asimetri informasi, di mana manajer memiliki informasi lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan pemilik (pemegang saham), sehingga manajer cenderung melakukan manipulasi melalui manajemen laba untuk

kepentingan pribadi. Konflik kepentingan antara pemilik dan agen dapat dikurangi dengan adanya mekanisme pengawasan yang dapat menyelaraskan kepentingan yang ada di dalam perusahaan dengan menerapkan *Good Corporate Governance* Hadi, 2007 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa teori agensi menjelaskan bagaimana menyelesaikan atau mengurangi konflik kepentingan antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam kegiatan bisnis yang berdampak merugikan. Untuk menghindarkan konflik diperlukan prinsip-prinsip dasar pengelolaan perusahaan yang baik. *Good Corporate Governance* yang merupakan konsep yang didasarkan pada teori keagenan, diharapkan bisa berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada para investor bahwa mereka akan mendapatkan informasi yang sama dan lengkap dengan yang dimiliki oleh manajemen.

2.2.2 Teori Legitimasi

Teori *legitimasi* menyatakan bahwa perusahaan secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai batasan dan norma-norma masyarakat dimana perusahaan beroperasi atau berada. *Legitimasi* ada karena adanya kesesuaian antara kegiatan organisasi dan harapan masyarakat. Perusahaan dikatakan memiliki *legitimasi* ketika sistem kinerja perusahaan selaras dengan nilai masyarakat. *Legitimasi* merupakan faktor yang strategis bagi perusahaan untuk membangun strategi perusahaan terutama dalam upaya

memposisikan diri dalam lingkungan masyarakat yang semakin maju. Dalam posisi sebagai bagian dari masyarakat, operasi perusahaan seringkali mempengaruhi masyarakat sekitar. Eksistensinya akan terancam apabila perusahaan tidak menyesuaikan diri dengan norma yang ada di masyarakat. Oleh karena itu perusahaan melalui manajemennya mencoba memperoleh kesesuaian antara tindakan organisasi dan nilai di dalam masyarakat.

Legitimasi penting bagi perusahaan karena berhubungan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini merupakan bahwa perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan-kegiatan berdasarkan nilai-nilai dan bagaimana menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Jika terjadi ketidakselarasan nilai sosial dan norma perusahaan, maka perusahaan akan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Apabila perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial maka keberadaan perusahaan akan direspon positif oleh masyarakat. Adanya citra/*image* dari masyarakat diharapkan mampu meningkatkan laba perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. *Legitimasi* dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. *Legitimasi* ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kinerja perusahaan. Semakin besar perhatian perusahaan terhadap lingkungan sekitar maka semakin tinggi kepedulian masyarakat

terhadap kinerja mereka. Dengan kata lain, masyarakat selaku konsumen akan menaruh kepercayaan terhadap *legitimasi* (dalam Retno dan Wahidahwati, 2017).

Teori *legitimasi* tersebut merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan tanggung jawab perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan *legitimasi* dari masyarakat.

2.2.3 Teori Stakeholder

Stakeholder adalah seluruh pihak baik dari internal maupun eksternal, perusahaan yang bersifat mempengaruhi atau dipengaruhi, baik langsung ataupun tidak langsung oleh berbagai keputusan-keputusan, berbagai kebijakan, ataupun aktivitas operasi perusahaan.

Teori *Stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman dan Reed (1983:91) dalam Ulum (2009:04) adalah:

“Any indentifiable group or individual who can affect the achievement of an organization’s objectives, or is affected by the achievement of an organization’s objectives”.

Teori *Stakeholder* adalah setiap kelompok orang atau seorang individu yang teridentifikasi bisa berpengaruh atau bisa dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan.

Donaldson dan Preston (1995:65-91) dalam Nor Hadi (2011:94) menjelaskan teori *stakeholder* baik secara eksplisit atau implisit yang terbagi atas deskriptif atau empiris, instrumental, dan normatif. Yang

dimaksud deskriptif atau empiris yaitu deskriptif dari anggota organisasi lebih khususnya seorang manajer mengenai bagaimana dia berperilaku sebenarnya. Instrumental itu sendiri menjelaskan pengaruh dari perilaku manajer menggunakan cara yang lain dalam masyarakat atau sebuah organisasi. Teori normatif sehubungan dengan pertimbangan moral dari perilaku suatu organisasi dan juga manajer didalam sebuah organisasi.

Duran dan Davor (2004:14) dalam Ulum (2009) mengemukakan pendapatnya bahwa baik pemegang saham, pekerja, *supplier*, bank, *customer*, pemerintah dan komunitas memiliki peran yang penting didalam sebuah organisasi (berperan sebagai *stakeholder*), untuk itu menjadi keharusan perusahaan untuk mempertimbangkan setiap kepentingan dan juga nilai dari setiap *stakeholdernya*. Teori ini menerangkan bahwa keberlangsungan perusahaan tergantung bagaimana perusahaan mampu menselaraskan agar setiap kepentingan dari *stakeholder* bisa seimbang. Dalam sudut pandang teori ini, baik lingkungan maupun masyarakat adalah *stakeholder* yang harus menjadi perhatian perusahaan (Andreas, 2011:5).

Teori *stakeholder* memiliki tujuan guna memberikan bantuan manajemen perusahaan agar kinerja perusahaan semakin meningkat sebagai dampak aktivitas operasional mereka dan meminimalisir hal yang bisa menjadikan rugi para *stakeholdernya*. Teori *stakeholder* memberi penjelasan bahwa sesungguhnya perusahaan bukan hanya beroperasi dengan mementingkan dirinya sendiri, tetapi juga bisa bermanfaat untuk

stakeholdernya (pemegang saham) kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah dan masyarakat. Dengan hal ini, adanya perusahaan sangatlah dipengaruhi oleh dukungan-dukungan yang dibisa dari para *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Jones dalam Indrawan (2011:10) berpendapat bahwa *stakeholders* terbagi dalam dua kategori, antara lain:

- a. *Inside stakeholder*, merupakan orang yang berkepentingan pada sumber daya yang ada dalam suatu perusahaan. Karyawan dan juga pemegang saham merupakan bagian dari *Inside stakeholder*.
- b. *Outside stakeholder*, adalah orang yang merupakan bukan dari pemilik suatu perusahaan, juga bukan pula pemimpin suatu perusahaan, ataupun karyawan perusahaan, akan tetapi berkepentingan dengan perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan-keputusan perusahaan. Yang termasuk dalam *Outside stakeholder* terdiri dari pelanggan, pemerintah, pemasok, dan masyarakat.

2.2.4 Good Corporate Governance (GCG)

1. Pengertian *Good Corporate Governance*

Perusahaan sebaiknya menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan perlu dipertahankan, salah satunya melalui tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance*. Terdapat banyak definisi tentang *Corporate Governance* (tata kelola perusahaan).

Forum for Corporate Governance in Indonesia FCGI, 2001 (dalam Heder dan Priyadi, 2017) *corporate governance* didefinisikan sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola saham, kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan.

Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2004 (KNKG) (dalam Heder dan Priyadi, 2017) mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan guna memberikan nilai tambah pada perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang bagi pemegang saham, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan norma yang berlaku.

Organization for Economic Cooperation and Development, 2004 dan *Forum for Corporate Governance in Indonesia*, 2001 (dalam Heder dan Priyadi, 2017) mendefinisikan *Corporate Governance* sebagai seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa pengertian diatas adalah bahwa esensi dari *Good Corporate Governance* antara lain berupa

peningkatan kinerja perusahaan melalui pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam hal ini manajemen lebih terarah dalam mencapai sasaran-sasaran manajemen dan tidak disibukkan untuk hal-hal yang bukan menjadi sasaran pencapaian kinerja manajemen.

2. Prinsip *Good Corporate Governance*

Komite Nasional Kebijakan Pemerintahan, 2006 (dalam Heder dan Priyadi, 2017) telah mengeluarkan Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia, pedoman GCG berfungsi sebagai panduan bagi perusahaan untuk membangun, menerapkan dan mengkomunikasikan GCG kepada para pemangku kepentingan. Dalam pedoman Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) menguraikan lima prinsip dasar GCG yang dikenal dengan sebagai “TARIF” (*Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness*):

1. *Transparency* (Transparan)

Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus memberikan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh *stakeholder*. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang dituntut oleh undang-undang, tetapi juga penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan *stakeholder* lainnya. Transparansi diperlukan bagi

perusahaan untuk melakukan bisnis secara obyektif dan profesional.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan masuk akal. Untuk itu perusahaan harus dikelola dengan baik, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhatikan kepentingan pemegang saham dan *stakeholder* lain. Akuntabilitas adalah prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkelanjutan.

3. *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Perusahaan harus mematuhi undang-undang dan melaksanakan tanggungjawab kepada masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan diakui sebagai warga perusahaan yang baik (*good corporate citizen*).

4. *Independency* (Kemandirian)

Untuk melancarkan penerapan prinsip-prinsip GCG, perusahaan harus dikelola secara mandiri sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diganggu oleh orang lain.

5. *Fairness* (Kesetaraan & Kewajaran)

Berisi unsur perlakuan dan kesempatan yang sama. Dalam menjalankan operasinya, perusahaan harus selalu memperhatikan

kepentingan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya berdasarkan prinsip keadilan dan kesetaraan.

3. Manfaat *Good Corporate Governance* (GCG)

Manfaat *corporate governance* menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* FCGI, 2001 (dalam Heder dan Priyadi, 2017) adalah:

- a. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta meningkatkan pelayanan kepada *stakeholder*,
- b. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat meningkatkan *corporate value*,
- c. Mengembalikan kepercayaan investor untuk berinvestasi di Indonesia,
- d. Para pemegang saham akan puas dengan kinerja perusahaan karena akan meningkatkan nilai pemegang saham dan dividen.

4. Tujuan Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG)

Para ahli telah mengungkapkan pengertian *good corporate governance* (GCG). Nah, mereka juga memiliki pandangan mengenai tujuan penerapan *good corporate governance* (GCG) di perusahaan. Kami telah menyimpulkan, dan hasil kesimpulannya adalah setidaknya ada lima (5) poin tujuan penerapan GCG di perusahaan, sebagai berikut.

1. Memaksimalkan Potensi perusahaan untuk menciptakan *value added* sehingga memiliki kemampuan daya saing yang baik terhadap dunia bisnis;
2. Mendorong Perusahaan untuk mengelola bisnis dengan profesional: memanfaatkan sumber daya secara efisien sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai secara efektif;
3. Meningkatkan Kesadaran perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan terlibat langsung dalam menjaga lingkungan sekitar.
4. Mendorong Perusahaan untuk berkontribusi lebih terhadap perekonomian nasional;
5. Meningkatkan Iklim dunia bisnis yang kondusif sehingga berdampak pada peningkatan nilai investasi perusahaan.

2.2.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility adalah suatu wujud pertanggungjawaban sosial dari perusahaan kepada lingkungan masyarakat yang dengan melaksanakan berbagai kegiatan sosial dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan. Usaha sosial perusahaan telah direncanakan secara luas sebagai tugas manajerial untuk mengambil usaha melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan keuntungan untuk perusahaan. Jadi kegiatan CSR pada dasarnya adalah bentuk tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana untuk membangun reputasi

dan meningkatkan keunggulan perusahaan dalam bersaing. Standar untuk melakukan pengungkapan CSR yang mulai banyak digunakan di Indonesia adalah dengan standar yang dikembangkan oleh Global Reporting Initiatives. Barometer GRI dipilih dikarenakan terfokus pada standart yang digunakan melakukan pengungkapan kinerja suatu ekonomi, sosial, termasuk lingkungan yang bertujuan guna meningkatkan kualitas dan sustainability reporting. Didalam penelitian ini menggunakan 3 indikator kinerja yang terdiri dari ekonomi, sosial dan juga lingkungan dengan jumlah 91 indikator. 2. Good Corporate Governance Sebaiknya perusahaan lebih sadar akan keberlangsungan hidup yang harus mereka pertahankan, dengan salah satu caranya melalui Good Corporate Governance atau biasa disebut tata kelola perusahaan yang baik. ada banyak definisi mengenai Corporate Governance (tata kelola perusahaan). Forum for Corporate Governance in Indonesia FCGI, 2001 (dalam Heder dan Priyadi, 2017)

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Pemerintah melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 40 Tahun 2007 mewajibkan bagi perusahaan untuk melaksanakan program atau tanggungjawab sosial perusahaan selanjutnya ditulis CSR. Salah satu kegiatannya adalah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). *Corporate Sosial Responsibility* adalah suatu wujud pertanggungjawaban sosial dari perusahaan kepada lingkungan masyarakat yang dengan melaksanakan berbagai kegiatan sosial bisa bermanfaat bagi masyarakat

sekitar perusahaan. Usaha sosial perusahaan telah direncanakan secara luas sebagai tugas manajerial untuk mengambil usaha melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan sekali lalu memberikan keuntungan untuk perusahaan. Jadi kegiatan CSR pada dasarnya adalah bentuk tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana untuk membangun reputasi dan meningkatkan keunggulan perusahaan dalam bersaing.

Corporate Sosial Reponsibility diterapkan kepada perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam konteks global, nasional maupun lokal. Komitmen dan aktivitas CSR pada intinya merujuk pada aspek-aspek perilaku perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu kinerja perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* (*profit, people, and planet*). Di sini *bottom lines* lainnya selain *financial* juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin kinerja perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (dalam Dewi dan Sanica, 2017), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui

kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Pada dasarnya, CSR merupakan sebuah konsep tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan *stakeholder* lainnya.

Widyasari, dkk, 2015 (dalam Retno dan Wahidahwati, 2017) menyatakan bahwa CSR adalah bentuk tanggung jawab perusahaan dalam meminimalkan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaan. Pengungkapan CSR akan mampu memberikan sinyal positif kepada investor. Semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial, semakin baik citra perusahaan. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki citra baik di masyarakat karena citra perusahaan yang lebih baik, loyalitas konsumen lebih tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan meningkat dan profitabilitas perusahaan juga meningkat diikuti oleh kinerja perusahaan yang tinggi.

Dari beberapa definisi CSR di atas, ada satu kesamaan bahwa CSR tidak dapat dipisahkan dari kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Secara teoritis, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholdernya*, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan

operasinya. CSR berusaha memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya.

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Setianingrum (2015), untuk melakukan tanggungjawab sosial, maka biasanya perusahaan lebih terfokus pada 3 aspek berikut ini:

a. Profit

Dalam memperolehnya keuntungan, perusahaan akan membagi dividen bagi investor, membagikan beberapa keuntungan yang telah dibisa untuk membiayai tumbuh kembang usaha di masa datang, serta memenuhi kewajiban pajak pada pemerintah.

b. Lingkungan

Dalam memberikan pengawasan terhadap lingkungan yang ada, maka perusahaan sejatinya turut serta dalam melestarikan lingkungan demi kualitas hidup manusia yang akan lebih baik dalam beberapa waktu yang akan datang. Perusahaan juga turut serta mengambil bagian didalam manajemen bencana, mengenai hal ini bukan cuman sekedar memberikan santunan terhadap korban bencana, tetapi turut berpartisipasi dalam usaha untuk mencegah bencana itu terjadi. Serta bisa pula meminimalisir bencana itu dengan melakukan tindakan preventif guna mencegahnya.

c. Sosial atau Masyarakat

Perhatian untuk warga, bisa dilaksanakan dengan metode melakukan kegiatan dan juga pembuat keputusan yang berakibat menaikkan standart di berbagai aspek *corporate*, seperti memberikan bantuan untuk pelajar di sekitar area perusahaan, pembangunan sarana prasarana kesehatan dan pendidikan, dan penguatan ekonomi lokal. Dengan adanya CSR pabrik diharapkan bukan untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi harus memperhatikan kesejahteraan dan standart kehidupan warga serta lingkungan disekitar untuk jangka panjang

Untung (2008) dalam Mardikanto (2014) mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) bermanfaat untuk perusahaan antara lain :

1. Mempertahankan reputasi dan pandangan masyarakat terhadap perusahaan.
2. Memperoleh standart operasi secara sosial.
3. Memperkecil risiko dari bisnis perusahaan.
4. Membuka jalan guna sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuat pangsa pasar lebih luas.
6. Pengurangan biaya akibat pembuangan limbah.
7. Membuat hubungan perusahaan dengan *stakeholder* jauh lebih baik.

8. Membuat hubungan perusahaan dengan regulator jauh lebih baik.
9. Menumbuhkan jiwa agar karyawan lebih produktif dan semangat.
10. Kesempatan untuk menbisakan reward.

3. Jenis-jenis *Corporate Social Responsibility*

Ada 4 komitmen dalam *Corporate Social Responsibility* menurut Pearce dan Robinson, 2016 (dalam Marius dan Masri, 2017):

a. Tanggung Jawab Ekonomi (*Economic Responsibilities*)

Tanggung jawab ini adalah tanggung jawab sosial yang paling mendasar. Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi perusahaan, perusahaan harus memaksimalkan laba. Dalam menjalankan tanggung jawab ekonomi, perusahaan juga dapat bertanggung jawab secara sosial dengan menyediakan pekerjaan yang produktif bagi angkatan kerja, membayar pajak untuk pemerintah lokal, negara bagian dan federal.

b. Tanggung Jawab Hukum (*Legal Responsibilities*)

Tanggung jawab ini mencerminkan kewajiban perusahaan untuk mengeluarkan undang-undang yang mengatur kegiatan bisnis. Gerakan lingkungan hidup memiliki pengaruh pada hukum bisnis. Gerakan ini memungkinkan undang-undang lingkungan yang ada, seperti Undang-Undang Kebijakan Lingkungan Hidup Nasional (*National Environmental Policy Act*) untuk

mempromosikan ekonomi di AS dan membuat perlindungan lingkungan hidup sebagai tujuan kebijakan pemerintah federal.

c. Jawab Etis (*Ethical Responsibilities*)

Tanggung jawab ini mencerminkan gagasan perusahaan mengenai perilaku bisnis yang benar dan layak. Perusahaan diharapkan untuk berperilaku secara etis.

d. Tanggung Jawab Disreksi (*Discretionary Responsibilities*)

Tanggung jawab ini merupakan tanggung jawab secara sukarela dilakukan oleh suatu organisasi bisnis. Tanggung jawab ini mencakup aktivitas hubungan masyarakat, manajer berusaha memperkuat citra perusahaan, produk serta jasa mereka dengan mendukung gerakan yang bermanfaat. Bentuk tanggung jawab disreksi ini memiliki dimensi layanan mandiri.

4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hendriksen (dalam Dewi dan Sanica, 2017) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi tambahan dari perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan dan/atau dalam *sustainability report* merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir.

Standar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability report* (www.globalreporting.org).

Saat ini standar GRI versi terbaru yaitu G4 telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan

baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (www.globalreporting.org).

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan *online*. Dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencakup 91 item yang terdapat dilampiran tabel 3.12

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). CSR dinilai dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah yang diisyaratkan dalam GRI-G4 yang meliputi 91 item. Penilaian pengungkapannya menggunakan variabel *dummy* yaitu setiap item CSR menggunakan daftar pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan memberi skor “0” untuk setiap item yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan dan memberi skor “1” untuk setiap item yang diungkapkan Sembiring, 2006 (dalam Retno dan Wahidahwati, 2017).

$$CSRI_j = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

CSRI_j : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index*
perusahaan j

n : jumlah skor pengungkapan yang diperoleh untuk perusahaan j

k : jumlah skor maksimal (91)

5. Alasan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dari pengungkapan CSR diatas ada alasan mengapa *Corporate Social Responsibility* perlu untuk diungkapkan. Menurut Mardiatina Ningsih, 2012 (dalam Ermayanti, 2016) terbiasa alasan-alasan yang mendukung konsep tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

- a. Keterlibatan sosial adalah sebuah tanggapan dari apa yang diharapkan masyarakat dari peran perusahaan.
- b. Keterlibatan sosial kemungkinan bisa berpengaruh dalam memperbaiki lingkungan dan masyarakat yang bisa memungkinkan penurunan biaya produksi.
- c. Meningkatkan nama baik perusahaan, yang akan menambah perhatian para klien, investor ataupun karyawan.
- d. Menghindari campur tangan dari pemerintah dalam melindungi masyarakat. Dikarenakan campur tangan dari pemerintah dianggap bisa memberi batasan peranan dari perusahaan, maka

untuk menghindari pembatasan kegiatan-kegiatan tersebut perusahaan harus menerapkan tanggung jawab sosial.

- e. Bisa memperlihatkan tanggapan positif perusahaan terhadap norma-norma yang berlaku di masyarakat.
- f. Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini publik.
- g. Memberi bantuan untuk kepentingan nasional dan juga lingkungan seperti peningkatan pendidikan rakyat, konservasi alam, lapangan kerja, dan pemeliharaan barang.

Menurut Diego, 2007 (dalam Ermayanti, 2016) mengungkapkan bahwa pengungkapan informasi mengenai perilaku-perilaku suatu perusahaan dan hasil tanggung jawab sosial bisa menumbuhkan citra yang positif antar pemangku kepentingan.

2.2.6 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan sebenarnya dari perusahaan selama periode waktu tertentu yang merupakan hasil atau sebuah prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Nur'aeni (2010:28) mengemukakan bahwa “Kinerja perusahaan merupakan penentuan untuk mengukur sebuah keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasikan keuntungan.

Menurut Brigham & Houston (2016:65) bahwa “pengukuran kinerja perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan secara periodik. Seperti neraca, rugi-laba, arus kas, dan perubahan modal yang serentak memberikan suatu gambaran tentang posisi keuangan perusahaan”. Informasi tersebut dapat digunakan investor untuk memperkirakan laba dan dividen untuk masa mendatang dan risiko atas penilaiannya. Maka dari itu pengukuran kinerja perusahaan dari laporan keuangan dapat digunakan sebagai alat ukur pertumbuhan kekayaan pemegang saham (investor)

Munawir (2015:31) mendefinisikan bahwa pengukuran kinerja keuangan perusahaan mempunyai beberapa tujuan :

1. Untuk mengetahui tingkat likuiditas
2. Untuk mengetahui tingkat solvabilitas
3. Untuk mengetahui tingkat profitabilitas
4. Untuk mengetahui tingkat aktivitas usaha

Pemegang saham menginginkan bahwa kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan ekuitas (*shareholder's equity*) yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bersih dan untuk mengetahuinya menggunakan banyak berbagai alat ukur rasio yaitu seperti ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), PBV (*Price to Book Value Ratio*), *Earning Per Share*, *Growth* , dll. Namun dalam penelitian ini dengan mengetahui keuntungan laba yang sebanyak-banyaknya para investor akan lebih tertarik untuk menanamkan dananya pada perusahaan

tersebut tanpa rasa takut akan tidak kembalinya dana atau *return* yang diharapkan dapat dihasilkan di masa depan. Ini dapat dilihat menggunakan rasio *Net Profit Margin* (NPM) yaitu berfungsi menghitung keuntungan dengan membandingkan laba setelah bunga dan pajak dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan (Kasmir, 2015:135). Maka dengan itu kinerja pada perusahaan akan semakin baik dan meningkat untuk memperoleh laba yang tinggi. Sehingga hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, sebab alat ukur NPM juga dapat mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan laba.

Menurut (Apriyanti & Bachtiar ,2018) *net profit margin* ialah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Semakin besar *net profit margin* yang dimiliki perusahaan maka, kinerja pada perusahaan akan semakin baik dan meningkat untuk memperoleh laba yang tinggi. Sehingga hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Apriyanti (2018), *net profit margin* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}}$$

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap kinerja perusahaan.

Good Corporate Governance mensyaratkan adanya tata kelola perusahaan yang baik. Tata kelola perusahaan yang baik menggambarkan bagaimana usaha manajemen mengelola aset dan modalnya dengan baik agar menarik para investor. Pengelolaan aset dan modal suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan yang ada. Jika pengelolaannya dilakukan dengan baik maka otomatis akan meningkatkan kinerja perusahaan. Tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) adalah sistem yang mengontrol hubungan antar pelaku dalam perusahaan demi meningkatkan kinerja dan tujuan perusahaan. Pengawasan dan pengendalian dilakukan oleh dewan komisaris independen, dewan direksi, dan komite audit agar tata keolal perusahaan baik agar menunjang kinerja perusahaan meningkat agar bisa menarik investor untuk menanamkan danannya kepada perusahaan tersebut.

2.3.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap kinerja Perusahaan

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya, dan akan menjadi beban yang mengakibatkan pendapatan perusahaan berkurang sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Menerapkan *Corporate Social*

Responsibility menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang berarti semakin tingginya kinerja perusahaan.

Corporate Social Responsibility mempunyai peran penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial di lingkungan sekitar. Wayan, 2010 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini memberikan arti bahwa para investor di Indonesia telah mempertimbangkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga kebutuhan mengenai informasi tanggung jawab sosial merupakan salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. *Corporate Governance* berpengaruh pada kinerja perusahaan. Hal ini berarti penerapan *Good Corporate Governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* sehingga meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan

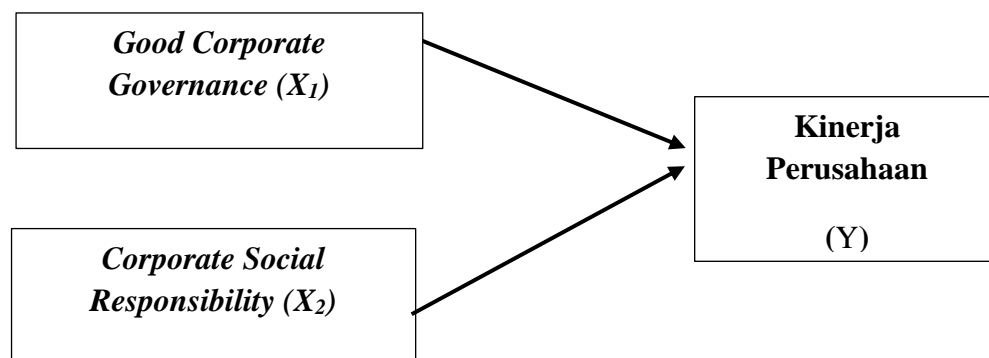
untuk mengimplementasikan dan mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya. Anwar dkk, 2010 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) mengatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor untuk memilih tempat investasi karena menggap bahwa perusahaan tersebut memberikan citra kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat.

2.4. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dirancang untuk bisa lebih memahami konsep penelitian yaitu pengaruh *Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan, karena kerangka konsepnya merupakan hubungan atau kaitan antara konsep satu dengan konsep lainnya dari masalah yang akan diteliti. Kerangka konseptual terdiri dari variabel dependen dan independen dari suatu penelitian. Sehingga Kerangka konsep bisa digambarkan yakni sebagai berikut:

Gambar 2.2 kerangka konseptual



Penelitian ini memiliki satu Variabel Terikat (*dependent variable*) dan dua Variabel Bebas (*independent variabel*) . Variabel terikat (*dependent variable*) (Y) yaitu Kinerja perusahaan. Sedangkan Variabel bebas (*independent variable*) terdiri dari *Good Corporate Governance* (X1) dan *Corporate Social Responsibility* (X2).

2.5. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Arikunto (2016:110) Berdasarkan latar belakang, landasan teori disertai dengan bukti empiris penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini mengambil hipotesis :

H1 = *Good corporate governance* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

H2 = *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.