

**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 *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Good Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Pemoderasi (Heder dan Priyadi Maswar Patuh, 2017)	Variabel Independen (X): - Kinerja Keuangan Variabel Dependen (Y): - Nilai Perusahaan. Variabel Pemoderasi: - <i>Good Corporate Governance</i>	Kuantitatif	Kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial merupakan variabel pemoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional bukan merupakan pemoderasi

Dilanjutkan

Lanjutan...

2	Pengaruh <i>Konservatisme</i> Dalam Laporan Keuangan Terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> (Pujiati, L., 2012)	Variabel Independen (X): - <i>Konservatisme</i> Variabel Dependen (Y): - <i>Earning Response Coefficient</i>	Kuantitatif	Keseluruhan <i>konservatisme, Good Corporate Governance</i> , ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba
3	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Marius ME dan Masri I, 2017)	Variabel Independen (X): - <i>Good Corporate Governance</i> - <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen (Y): - Nilai Perusahaan	Kuantitatif	Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, komite audit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate</i>	Variabel Independen (X): - <i>Corporate Social Responsibility</i> - <i>Good</i>	Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i>

Dilanjutkan

Lanjutan...

	<i>Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Melani S dan Wahidahwati, 2017)	<i>Corporate Governance</i> Variabel Dependen (Y): - Nilai Perusahaan Variabel Pemoderasi: - Profitabilitas		berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> mampu memoderasi pengaruh ROA pada nilai perusahaan
5	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia) (Susanto PB dan Subekti Im, 2013)	Variabel Independen (X): - <i>Corporate Social Responsibility</i> - <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen (Y): - Nilai Perusahaan	Kuantitatif	Komisaris independen, dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi tidak ditemukan bahwa komite audit, CSR, dan kepemilikan institusional mempengaruhi nilai perusahaan
6	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> & Kinerja Keuangan Terhadap Nilai	Variabel Independen (X): - <i>Good Corporate Governance</i> - <i>Corporate Social Responsibility</i> - Kinerja Keuangan Variabel Dependen	Kuantitatif	Ukuran dewan direksi, ROA dan ROE memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran dewan komisaris,

Dilanjutkan

Lanjutan...

	Perusahaan (Wardoyo dan Veronica TM, 2013)	(Y): - Nilai Perusahaan		independensi dewan komisaris, jumlah anggota komite audit dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan
7	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Wulansari R dan Sapari, 2017)	Variabel Independen (X): - <i>Corporate Social Responsibility</i> - <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen (Y): - Nilai Perusahaan	Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
8	<i>The Influence of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on Firm Value: The Characteristic of the Company as Moderating Variable</i> (Estiasih SP, Oetomo HW, Asyik NF, Riduwan Akhmad, 2015)	Variabel Independen (X): - <i>Corporate Social Responsibility</i> - <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen (Y): - Nilai Perusahaan	Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Dilanjutkan

Lanjutan...

9	<i>The Importance of Corporate Social Responsibility and Financial Performance for the Value of Banking Companies in Indonesia</i> (Dwi Ermayanti S., Grahita Chandrarin dan Boge Triatmanto, 2017)	Variabel Independen (X): - <i>Corporate Social Responsibility</i> - Kinerja Keuangan Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan di Indonesia
---	--	--	-------------	--

Sumber: Data diolah, 2018

Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan variabel dependen berupa nilai perusahaan dan variabel independen berupa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan periode 2007-2015 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2013–2017.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 *Legitimacy Theory* (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 nilai 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 nilai 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 nilai 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.

### **2.2.2 Agency Theory (Teori Agensi)**

*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.

### **2.2.3 Corporate Social Responsibility**

#### **1. Pengertian Corporate Social Responsibility**

*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 nilai 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 nilai 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 nilai 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***

Menurut Untung, 2008 (dalam Latupono dan Andayani, 2015) menegaskan bahwa setiap perusahaan yang menerapkan CSR dalam kegiatan usahanya akan mendapatkan manfaat utama sebagai berikut:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.

- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

### **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 siang 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](http://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](http://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 ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, item-item yang akan diberikan skor, mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebutkan GRI-G4 *guideline*. Penjelasan mengenai indikator GRI-G4 dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.2

Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

No.	Indikator	Kode	Item
1.	Kinerja Ekonomi	EC 1	Nilai ekonomi langsung dihasilkan dan didistribusikan
		EC 2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
		EC 3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
		EC 4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
		EC 5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasinal yang signifikan
		EC 6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
		EC 7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
		EC 8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
		EC 9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
2.	Lingkungan	EN 1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
		EN 2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
		EN 3	Konsumsi energi dalam organisasi
		EN 4	Konsumsi energi di luar organisasi
		EN 5	Intensitas energi
		EN 6	Pengurangan konsumsi energi

Dilanjutkan



Lanjutan...

		EN 7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
		EN 8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
		EN 9	Sumber air secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
		EN 10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
		EN 11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
		EN 12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung
		EN 13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
		EN 14	Jumlah total spesies dalam IUCN Red List dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
		EN 15	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
		EN 16	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
		EN 17	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
		EN 18	Intensitas Emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
		EN 19	Pengurangan Emisi Gas Rumah Kaca (GRK)

Dilanjutkan

Lanjutan...

		EN 20	Emisi Bahan Perusak Ozon (BPO)
		EN 21	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> dan emisi udara signifikan lainnya
		EN 22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
		EN 23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
		EN 24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
		EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi <i>baseline</i> Lampiran I, II, III dan VIII diangkut, diimpor, diekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
		EN 26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
		EN 27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan dari produk dan jasa
		EN 28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
		EN 29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
		EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
		EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
		EN 32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria

Dilanjutkan

Lanjutan...

			lingkungan
		EN 33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
		EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
3.	Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja	LA 1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
		LA 2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
		LA 3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
		LA 4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut dalam perjanjian bersama
		LA 5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
		LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat pekerjaan, hari hilang dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
		LA 7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka

Dilanjutkan

Lanjutan...

		LA 8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
		LA 9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
		LA 10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
		LA 11	Persentase karyawan yang menerima reviu kinerja dan pengembangan karier secara regular, menurut gender dan kategori karyawan
		LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
		LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
		LA 14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
		LA 15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
		LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

Dilanjutkan

Lanjutan...

4.	Hak Asasi Manusia	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
		HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
		HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil
		HR 4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
		HR 5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
		HR 6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
		HR 7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi

Dilanjutkan

Lanjutan...

		HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
		HR 9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
		HR 10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
		HR 11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
		HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
5.	Masyarakat/Sosial	SO 1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
		SO 2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
		SO 3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko yang terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
		SO 4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
		SO 5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
		SO 6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
		SO 7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli

Dilanjutkan

Lanjutan...

			dan hasilnya
		SO 8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
		SO 9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
		SO 10	Dampak negatife aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
		SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
6.	Tanggung Jawab Atas Produk	PR 1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
		PR 2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
		PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
		PR 4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil

Dilanjutkan

Lanjutan...

		PR 5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
		PR 6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
		PR 7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil
		PR 8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
		PR 9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyedia dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: GRI-G4

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<sub>j</sub> : 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***

Menurut Mardiatina Ningsih, 2012 (dalam Ermayanti, 2016) ada beberapa alasan yang mendukung konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun alasan-alasan yang dikemukakan oleh para pendukung tanggung jawab sosial yaitu:

- a. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang hal ini sangat menguntungkan perusahaan.
- b. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
- c. Meningkatkan nama baik perusahaan, dan akan menimbulkan simpati klien, karyawan, investor dan lain-lain.
- d. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Karena campur tangan pemerintah dianggap cenderung akan membatasi peran perusahaan, sehingga jika

perusahaan memiliki tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.

- e. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.
- f. Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini publik.
- g. Membantu kepentingan nasional dan lingkungan seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja, dan lain-lain.

Menurut Diego, 2007 (dalam Ermayanti, 2016) mengungkapkan bahwa Pengungkapan informasi tentang perilaku perusahaan dan hasil tentang tanggung jawab sosial dapat membantu membangun citra positif di antara pemangku kepentingan.

#### **2.2.4 Good Corporate Governance**

##### **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*):

### **a. Transparansi (*Transparency*)**

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.

b. Akuntabilitas (*Accountability*)

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.

c. Responsibilitas (*Responsibility*)

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*).

d. Independensi (*Independency*)

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.

e. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

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***

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. Mekanisme *Good Corporate Governance***

*Good Corporate Governance* merupakan variabel independen dalam penelitian ini, pengukurannya menggunakan pengukuran sesuai dengan Wahidahwati (dalam Pujiati, 2012). Kriteria Penskoran dan bobot masing-masing. *Presence of board of commisioner: weight 45%*, *Audit Commite: Weight 20%*, *Management: Weight 20%*, *Shareholder: Weight 15%*.

1. *BOARD OF COMMISSIONER / Dewan Komisaris (45%)*

Dewan komisaris dalam suatu perusahaan lebih ditekankan pada fungsi monitoring dari implementasi kebijakan direksi. Peran komisaris ini diharapkan akan meminimalisir permasalahan agensi yang timbul antara dewan direksi dengan pemegang saham.

a. *COM\_SIZE (Size of Commissioner/Ukuran Dewan Komisaris)*

Ukuran dewan komisaris dapat dilihat dari jumlah komisaris di perusahaan sampel. Dewan komisaris dapat terdiri dari komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi yang dikenal sebagai komisaris independen dan komisaris afiliasi.

<b>Range</b>	<b>Score</b>
0 – 3	2
4 – 6	4
6 – 8	6
9 – 11	8
>11	10

b. *COM\_IND (Independent Commisioner/Komisaris Independen)*

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2004). Proporsi dewan komisaris independen diukur dengan menggunakan

indikator persentase anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan terhadap jumlah seluruh anggota dewan komisaris perusahaan.

<b>Range</b>	<b>Score</b>
0% - 20%	2
21% - 40%	4
41% - 60%	6
61% - 80%	8
81% and above	10

- c. % *COM\_OW*N (Ownership Commissioner/Kepemilikan Komisaris)

Kepemilikan komisaris diukur dengan persentase kepemilikan saham dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

<b>Range</b>	<b>Score</b>
0% - 20%	2
21% - 40%	4
41% - 60%	6
61% - 80%	8
81% and above	10

- d. AUD (*Big Four*)

De Angelo, 1981 (dalam Pujiati,2012) menyatakan bahwa kualitas audit yang dilakukan oleh akuntan publik dapat dilihat dari ukuran KAP yang melakukan audit. KAP besar (*big Four*) dipersepsikan akan melakukan audit dengan lebih berkualitas dibandingkan dengan KAP kecil (*Non Big Four*). Hal tersebut karena KAP besar memiliki lebih banyak sumber daya dan lebih banyak klien sehingga mereka tidak tergantung.



<b>Range</b>	<b>Score</b>
Ya	10
Tidak	0

2. *AUDIT COMMITTEE*/Komite Audit (20%)

Komite audit bertanggung jawab untuk mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, dan mengamati sistem pengendalian internal (termasuk audit internal) dapat mengurangi sifat *opportunistic* manajemen.

a. *AUD\_SIZE* (*Size of Audit Committee*/Ukuran Komite Audit)

Ukuran komite audit yaitu jumlah total anggota komite audit baik yang berasal dari internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan.

<b>Range</b>	<b>Score</b>
0 – 3	2
4 – 6	4
6 – 8	6
9 – 11	8
>11	10

b. *AUD\_IND* (*Independent Audit Commitee*/Komite Audit Independen)

Jumlah komite audit independen yaitu persentase jumlah anggota komite audit independen terhadap jumlah total komite audit yang ada dalam susunan komite audit perusahaan sampel.

<b>Range</b>	<b>Score</b>
0% - 20%	2
21% - 40%	4
41% - 60%	6
61% - 80%	8
81% and above	10

c. *FINEXPERT*

Adanya seorang ahli dalam bidang keuangan (*financial expert*) yang bertindak sebagai konsultan.

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

3. *MANAGEMENT/Manajemen* (20%)

Manajemen atau direksi sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolegal dalam mengelola perusahaan. Jumlah anggota direksi disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektifitas dalam pengambilan keputusan.

a. *DIR\_SIZE*

Ukuran dewan direksi adalah jumlah keseluruhan anggota dewan direksi.

Range	Score
0 – 3	2
4 – 6	4
6 – 8	6
9 – 11	8
>11	10

b. *M\_OWN (Managerial Ownership/Kepemilikan Manajerial)*

Kepemilikan manajerial diukur dengan persentase kepemilikan saham dewan direksi dan dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Range	Score
0% - 20%	2
21% - 40%	4
41% - 60%	6
61% - 80%	8
81% and above	10

c. *Family Relations*

Range	Score
Ya	0
Tidak	10

4. *SHAREHOLDER/Pemegang Saham (15%)*

*INST\_OWN (Institutional Ownership / Kepemilikan Institusional)*

Kepemilikan institusional dapat dilihat berdasarkan persentase kepemilikan saham oleh perbankan, perusahaan asuransi, dana pensiun, reksadana dan institusi lain dibagi total jumlah saham yang beredar.

Range	Score
0% - 20%	10
21% - 40%	8
41% - 60%	6
61% - 80%	4
81% and above	2

Penghitungan score GCG untuk setiap sampel adalah:

$$\text{(Score yang diperoleh : score tertinggi) x \%Bobot}$$

Total Score = Jumlah dari score masing-masing point

### 2.2.5 Nilai Perusahaan

Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan

persepsi investor terhadap perusahaan terbuka, yang sering dikaitkan dengan harga saham Sujoko dan Soebiantoro, 2007 (dalam Agustine, 2014). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris (dalam Retno dan Wahidahwati, 2017).

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelolah kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar.

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga.

Rasio keuangan digunakan oleh investor untuk mengetahui nilai perusahaan. Rasio ini dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja masa lalu perusahaan dan prospek masa depannya. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai suatu perusahaan, antara lain:

a. *Price Earning Ratio* (PER)

*Price Earning Ratio* (PER) yaitu rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham. *Kegunaan Price Earning Ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *Earning Per Share* nya. *Price Earning Ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *Earning Per Share*. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Per Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$$

b. *Price Book Value* (PBV)

Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV

semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

*Price to Book Value* (PBV) yaitu rasio untuk mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai rasio PBV semakin tinggi penilaian investor dibandingkan dengan dana yang ditanamkan dalam perusahaan tersebut, sehingga semakin besar pula peluang para investor untuk membeli saham perusahaan. Rumus PBV adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal/murahnya suatu saham. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham.

c. Rasio Tobins'Q

Rasio Tobin's Q digunakan sebagai indikator penilaian nilai perusahaan. Rasio ini dinilai bisa memberi informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh aset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur Sukamulja, 2004 (dalam Retno dan Wahidahwati, 2017). Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

$$\text{Tobins'Q} = \frac{\text{EMV} + \text{D}}{\text{EBV} + \text{D}}$$

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas (EMV = *closing price* x jumlah saham yang beredar)

EBV = Nilai Buku dari Total Ekuitas (EBV = total aset – total kewajiban)

D = Nilai Buku dari Total Hutang

## 2.3 Pengaruh Antar Variabel

### 2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai

#### 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 nilai perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* mempunyai peran penting dalam meningkatkan nilai 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 nilai 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 nilai perusahaan. Hal ini berarti penerapan *Good Corporate Governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* sehingga meningkatkan nilai 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 nilai 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.

Uraian tersebut sejalan dengan hasil beberapa penelitian terdahulu diantaranya penelitian Rustiarini, 2010 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017), penelitian Rosiana dkk, 2013 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) dan penelitian Astiari dkk, (2014 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017 yang menyimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai 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 nilai perusahaan. Tujuan *corporate governance* adalah menciptakan nilai tambah bagi *stakeholders*. Manfaat dari penerapan

*Good Corporate Governance* dapat diketahui dari harga saham perusahaan yang bersedia dibayar oleh investor. Penerapan *Good Corporate Governance* yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dengan kata lain dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Kusumaningrum, 2016 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) menyatakan adanya penerapan *Good Corporate Governance* atau GCG akan mempengaruhi tercapainya nilai perusahaan. Perusahaan tentunya harus memastikan kepada para penanam modal bahwa dana yang mereka tanamkan untuk kegiatan pembiayaan, investasi, dan pertumbuhan perusahaan digunakan secara tepat dan seefisien mungkin serta memastikan bahwa manajemen bertindak terbaik untuk kepentingan perusahaan. Penerapan GCG dapat didorong dari dua sisi, yaitu etika dan peraturan. Dorongan dari etika (*ethical driven*) datang dari kesadaran dari individu pelaku bisnis untuk menjalankan praktek bisnis yang mengutamakan kelangsungan hidup perusahaan, kepentingan *stakeholder* dan menghindari cara-cara menciptakan keuntungan sesaat. Sedangkan dorongan dari perusahaan (*regulatory driven*) “memaksa” perusahaan untuk patuh terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Hasil penelitian Casario dkk, 2015 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) menemukan adanya hubungan positif GCG dan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Rustiarini, 2010 (dalam Melani dan

Wahidahwati, 2017) menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate governance* berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian Siallagan dan Machfoedz, 2006 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) yang juga menyimpulkan bahwa mekanisme *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Sitorus dkk, 2013 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) menyatakan bahwa GCG secara langsung tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian dari Ratih, 2012 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) yang juga menyimpulkan bahwa pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan tidak terbukti kebenarannya. Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa terdapat hasil yang kontradiksi antar penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

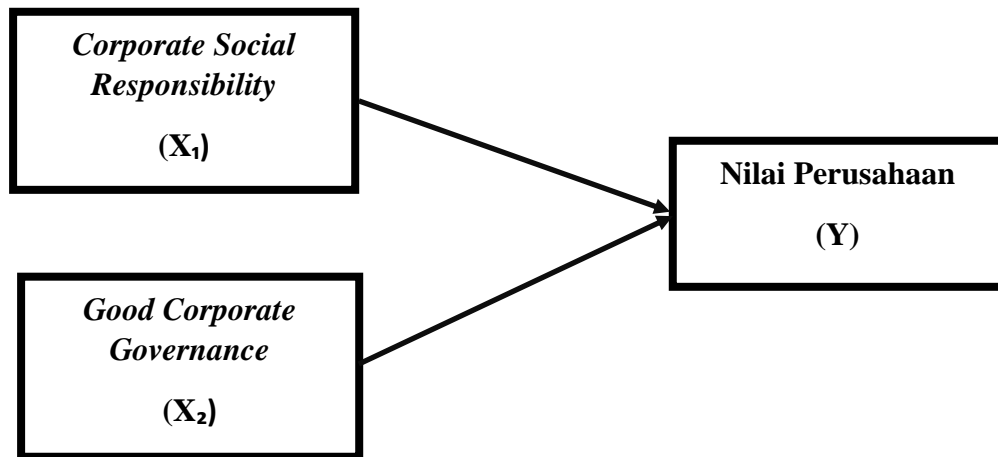
## **2.4 Rerangka Konseptual**

Rerangka konseptual dirancang untuk dapat lebih memahami konsep penelitian yaitu pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan karena rerangka konsepnya merupakan hubungan atau kaitan antara konsep satu dengan konsep lainnya dari masalah yang akan diteliti. Rerangka konseptual terdiri dari variabel

dependen dan independen dari suatu penelitian. Sehingga rerangka konsep dapat digambarkan yakni sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Rerangka Konseptual**



## 2.5 Hipotesis

Berdasarkan teori rerangka pemikiran dan juga penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1.  $H_1$ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2.  $H_2$ : *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.