

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

Teori Stakeholder (Stakeholder theory) telah muncul sejak pertengahan tahun 1980-an. Menurut Ghazali dan Chariri (2014) dalam Devi, dkk (2017) : Stakeholder theory menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun juga harus memberikan manfaat bagi stakeholder (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial). Kemakmuran suatu perusahaan sangat bergantung kepada dukungan dari para stakeholdernya. Stakeholder diartikan sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan (Ayudia, 2017). Istilah stakeholder adalah pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, para stakeholder antara lain masyarakat, karyawan, pemerintah, supplier, pasar modal dan lain-lain (Haniffa, 2016). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut.

2.1.2 Teori Legitimasi

Gantino (2016), mengungkapkan definisi teori legitimasi sebagai suatu kondisi atau status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Sejalan dengan pemahaman ini Sudana (2016) meyakini bahwa aktivitas ekonomi harus dipahami sebagai bagian dari kegiatan sosial kemasyarakatan. Teori legitimasi tersebut dibutuhkan oleh institusi untuk mencapai tujuan agar sejalan dengan masyarakat luas. Sedangkan menurut Nor

Hadi (2018:87) teori legitimasi merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan dapat bersifat implisit dan eksplisit. Bentuk eksplisit dari kontrak sosial adalah persyaratan legal, sementara bentuk implisitnya adalah harapan masyarakat yang tidak tercantum dalam peraturan legal. Pengungkapan pelaporan sosial dan lingkungan menjadi salah satu cara perusahaan untuk mewujudkan kinerja yang baik kepada masyarakat dan investor. Dengan pengungkapan tersebut, perusahaan akan mendapatkan image dan pengakuan yang baik serta akan memiliki daya tarik dalam penanaman modal atau investor dalam negeri maupun asing.

2.1.3 Kinerja Lingkungan

Lingkungan menurut definisi umum yaitu kombinasi dari kondisi fisik meliputi keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energi surya, mineral, serta flora dan fauna yang tumbuh di darat dan di laut, dengan lembaga-lembaga yang mencakup penciptaan manusia sebagai keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik. Lingkungan juga dapat diartikan ke dalam segala sesuatu yang ada di sekitar manusia dan mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia. Jadi kinerja lingkungan perusahaan bisa diartikan sebagai kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). Perusahaan memberikan perhatian dan tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Kinerja lingkungan dipengaruhi dan mempengaruhi perusahaan dan dapat menentukan keunggulan perusahaan dalam persaingan sehingga menarik minat shareholder dan stakeholder yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Untuk menilai kinerja lingkungan perusahaan, pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup sejak 2002 membentuk Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). PROPER berkaitan erat dengan penyebaran informasi kinerja penataan masing-masing perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingan pada skala nasional (Yanti, 2017).

Peningkatan kinerja ketaatan ini dapat terjadi melalui efek insentif dan disinsentif reputasi yang timbul akibat pengumuman peringkat kinerja PROPER kepada publik. Program ini merupakan salah satu upaya untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Kinerja perusahaan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam peringkat warna. Masing-masing peringkat warna mencerminkan kinerja perusahaan dari mulai yang terbaik sampai perusahaan dengan kinerja lingkungan terburuk yaitu: emas, hijau, biru, merah, hitam mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kinerja ekonomi. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon secara positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan yang semakin naik dari perioda ke perioda. Sebaliknya, jika perusahaan dengan rating buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun. Begitu pula dengan kinerja lingkungan perusahaan manufaktur go public di Bursa Efek Indonesia yang dinilai sebagai perusahaan berisiko lingkungan yang tinggi (Haholongan, 2016).

2.1.4 Good Corporate Governance

Berdasarkan Pasal 1 Surat Keputusan Menteri BUMN No. 117/M-MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 tentang penerapan GCG pada BUMN, disebutkan bahwa Corporate Governance adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika. Berdasarkan pengertian diatas, secara singkat GCG dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (value added) bagi stakeholder.

Corporate governance merupakan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditur,

pemerintah, karyawan serta pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan arah strategi dan kinerja suatu perusahaan (Nugroho, 2014).

Good Corporate Governance (GCG) merupakan upaya membangun perusahaan yang kuat dan berkelanjutan. Penerapan GCG diharapkan meningkatkan pengelolaan perusahaan yang lebih transparan bagi stakeholder. Penerapan GCG memerlukan komitmen dari semua personal organisasi sebagai kebijakan dasar tata tertib yang harus dianut dan diterapkan oleh top manajemen sebagai kode etik yang harus dipatuhi oleh semua pihak yang ada didalam perusahaan (Alfinur, 2016).

Forum for Corporate Governance in Indonesia(FCGI) mendefinisikan GCG sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antar pemegang, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta pula pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan (Randy dan Juniarti, 2013). Menurut *Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG, 2010) Good corporate governance dapat didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang.

Corporate governance (CG) secara umum adalah seperangkat mekanisme yang saling menyeimbangkan antara tindakan maupun pilihan manajer dengan kepentingan stakeholders (Susanti, 2011). Mekanisme CG terdiri dari mekanisme internal dan mekanisme eksternal. Mekanisme internal adalah cara dalam mengendalikan perusahaan dengan menggunakan struktur dan proses internal meliputi rapat umum pemegang saham (RUPS), komposisi dewan direksi dan dewan komisaris, pertemuan board of director (Barnhart and Rosentein, 1998 dalam Sutaryo dan Wibawa, 2011), kepemilikan manajerial, kompensasi eksekutif serta komite audit (Prajitno dan Christiawan, 2013) sedangkan mekanisme eksternal meliputi pengendalian oleh pasar, level debt financing, dan

auditoreksternal (Barnhart and Rosentein, 1998 dalam Sutaryo dan Wibawa, 2011). Mekanisme eksternal merupakan cara untuk mempengaruhi perusahaan selain dengan menggunakan mekanisme internal seperti kualitas audit eksternal, peraturan pemerintah (perlindungan kepemilikan investor), monitoring debtholder, dan kepemilikan pihak luar seperti kepemilikan institusional (Muryati dan Suardikha, 2014).

Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia merupakan acuan bagi perusahaan untuk melaksanakan GCG dalam rangka:

1. Mendorong tercapainya kesinambungan perusahaan melalui pengelolaan yang didasarkan pada asas transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan.
2. Mendorong pemberdayaan fungsi dan kemandirian masing-masing organ perusahaan, yaitu dewan komisaris, direksi dan rapat umum pemegang saham.
3. Mendorong pemegang saham, anggota dewan komisaris dan anggota direksi agar dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakannya dilandasi oleh nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan.
4. Mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan.
5. Mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.
6. Meningkatkan daya saing perusahaan secara nasional maupun internasional, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar yang dapat mendorong arus investasi dan pertumbuhan ekonomi nasional yang berkesinambungan (Wicaksono, 2014).

2.1.5 Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance atau yang disingkat dengan KNKG (2006), merupakan salah satu lembaga yang pernah mengeluarkan prinsip-prinsip GCG tersebut. Prinsip-prinsip GCG adalah sebagai berikut:

1. Transparansi (Transparency)

Dalam prinsip ini, perusahaan dituntut mampu menyediakan informasi yang penting atau materiil dan relevan secara akurat, tepat waktu, jelas, konsisten, comparable dan mudah diakses dan dipahami oleh stakeholders karena keyakinan dan kepercayaan stakeholders terhadap perusahaan tergantung pada pengungkapan informasi tersebut. Untuk itu, perusahaan hendaknya menggunakan prinsip-prinsip akuntansi dan audit yang lazim digunakan dan dapat diterima secara luas dalam pengungkapan laporan keuangan. Disamping itu, perusahaan diharapkan mempublikasikan laporan keuangan dan informasi agar investor mudah dalam mengakses informasi yang dibutuhkan, sehingga dapat menghindari benturan kepentingan (*conflict of interest*). Selain laporan keuangan, perusahaan harus menyediakan informasi-informasi penting lainnya dan kebijakan-kebijakan perusahaan kepada stakeholders, khususnya para pemegang saham. Informasi yang disajikan oleh perusahaan harus mencerminkan keadaan yang sesungguhnya (*transparency*), tanpa rekayasa oleh pihak manapun.

2. Akuntabilitas (Accountability)

Dalam prinsip ini, perusahaan diharapkan dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Prinsip ini ditujukan untuk menghindari *agency problem* yang muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan direksi. Usaha yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan prinsip ini antara lain dengan memisahkan secara jelas fungsi, hak, wewenang dan tanggungjawab masing-masing organ perusahaan, dan memastikan setiap organ perusahaan mampu melaksanakan fungsinya sesuai dengan anggaran dasar, etika bisnis dan pedoman perilaku perusahaan. Untuk meyakinkan bahwa tidak adanya penyimpangan fungsi, hak dan wewenang, maka dibentuk suatu sistem

pengendalian internal (SPI) yang efektif dalam pelaksanaan pengelolaan perusahaan. Disamping itu perusahaan harus memiliki ukuran kinerja untuk semua jajaran perusahaan yang konsisten dengan sasaran usaha perusahaan, serta memiliki sistem penghargaan dan sanksi (reward and punishment system) untuk mendorong semua organ perusahaan melaksanakan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggungjawab.

3. Responsibilitas (responsibility)

Dalam prinsip ini, perusahaan diharapkan patuh terhadap hukum dan peraturan yang berlaku, termasuk yang berkaitan dengan pajak, hubungan industrial, perlindungan lingkungan hidup, kesehatan dan keselamatan kerja, standar penggajian, dan persaingan yang sehat. Mengingat dalam menjalankan operasinya perusahaan seringkali menghasilkan dampak yang negatif yang harus ditanggung masyarakat, untuk ini tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sangat diperlukan. Perusahaan juga diharapkan membantu peran pemerintah dalam mengurangi terjadinya kesenjangan pendapatan dan kesempatan kerja yang terjadi pada segmen masyarakat yang belum mendapatkan manfaat dari mekanisme pasar. Dengan perusahaan mematuhi hukum dan perundang-undangan yang berlaku dan menjalankan tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat maka kesinambungan usaha dalam jangka panjang akan terwujud dan perusahaan mendapatkan penghargaan sebagai Good Corporate Citizen

2.1.6 Indikator – indikator *Good Corporate Governance*

2.1.6.1 Dewan Direksi

Dewan direksi perusahaan memiliki pengaruh cukup besar dalam proses pengambilan keputusan perusahaan. Oleh karena itu, agar pengambilan keputusan

dapat dilakukan dengan tepat dan cepat, maka komposisi jumlah dewan direksi harus diperhatikan. Keanggotaan dewan direksi terdiri atas beberapa direktur dan dipimpin oleh seseorang sebagai direktur utama atau CEO (*Chief Executive Officer*). Direksi bertugas dan bertanggungjawab untuk mengelola perusahaan.

Setiap anggota direksi mempunyai tugas dan wewenang yang berbeda. Dalam pedoman GCG Indonesia (KNKG, 2006) agar pelaksanaan tugas direksi dapat berjalan secara efektif, perlu dipenuhi prinsip-prinsip berikut:

- a) Komposisi Direksi harus sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan secara efektif, tepat dan cepat, serta dapat bertindak independen.
- b) Direksi harus profesional yaitu berintegritas dan memiliki pengalaman serta kecakapan yang diperlukan untuk menjalankan tugasnya.
- c) Direksi bertanggungjawab terhadap pengelolaan perusahaan agar dapat menghasilkan keuntungan (*profitabilitas*) dan memastikan kesinambungan usaha perusahaan.
- d) Direksi mempertanggungjawabkan kepengurusannya dalam RUPS sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Noorizkie, 2016).

2.1.6.2 Dewan Komisaris

Ukuran dan komposisi dewan komisaris dapat membantu meningkatkan keefektifan kinerja dewan komisaris. Ukuran yang tidak seimbang dengan jumlah dewan direksi yang lebih banyak akan menyebabkan komisaris kesulitan ketika bernegosiasi dengan dewan direksi. Ukuran dewan komisaris yang pas dipengaruhi oleh berbagai hal, diantaranya adalah ukuran dewan direksi, karena jika jumlah anggota dewan komisaris lebih sedikit dari jumlah dewan direksi, maka ada kemungkinan dewan komisaris akan mengalami tekanan psikologis pada saat mengadakan rapat yang membahas masalah strategis dengan dewan direksi. Untuk memperkecil kemungkinan tersebut, maka sebaiknya jumlah anggota dewan komisaris setidaknya sama dengan jumlah dewan direksi (Muntoro, 2017).

2.1.7 Corporate Social Responsibility

CSR merupakan sebuah konsep tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan stakeholder lainnya. Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholder-nya, terutama komunitas atau masyarakat

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

Banyak perusahaan saat ini telah mengintegrasikan pelestarian lingkungan ke dalam operasi perusahaannya. Pelestarian lingkungan telah menjadi bagian dalam sustainable development yaitu pembangunan yang menyeimbangkan aspek ekonomi, ekologi/lingkungan dan sosial. Hal ini sejalan dengan konsep triple bottom line yakni profit, planet, people atau 3P (Sahla dan Aliyah, 2016). Triple bottom line adalah suatu konsep yang mendorong perusahaan agar selain mengejar profit, perusahaan juga harus memperhatikan pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Gagasan ini menghendaki perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Konsep dan praktik CSR saat ini bukan lagi dipandang sebagai suatu cost center tetapi juga sebagai suatu strategi perusahaan yang dapat memacu dan menstabilkan pertumbuhan usaha secara jangka panjang. Yanti (2017) menyatakan bahwa CSR mampu menciptakan brand image bagi perusahaan di tengah pasar yang kompetitif. Oleh karena itu penting untuk mengungkapkan CSR dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan sekitar mengakibatkan hilangnya kepercayaan masyarakat. Untuk meminimalisir dampak negatif tersebut adalah dengan mengungkapkan informasi-informasi mengenai operasi perusahaan sehubungan dengan lingkungan sebagai tanggung jawab perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan klaim agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (shareholders), tapi juga untuk kemaslahatan pihak stakeholders dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan.

2.1.8 Nilai Perusahaan

Menurut Irham Fahmi (2016:82) nilai perusahaan merupakan rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang”. Kemudian menurut Agus Sartono (2017:9) nilai perusahaan adalah tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”. Sedangkan menurut Harmono (2016:233) “Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan”. Menurut Maya Septiyuliana (2018) nilai perusahaan adalah : “ Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan”. Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham suatu perusahaan. Jika harga saham tinggi maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Menurut Vinola Herawaty (2008) salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan Tobin’s Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin (1967). Karena rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik. Tobin’s Q juga memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya harga saham dan ekuitas perusahaan saja yang dimasukkan, namun seluruh aset perusahaan. Dengan memasukan 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. Sehingga semakin besar nilai Tobin’s Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. 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 (Sukamulja, 2004).

Secara matematis Tobin's Q dapat dihitung dengan formulasi rumus sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{EMV} + \text{D})}{(\text{EBV} + \text{D})}$$

Dimana :

Q : Nilai Perusahaan

EMV : Nilai pasar ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham yang beredar)

D : Nilai buku dari total utang

EBV : Nilai buku dari total aktiva

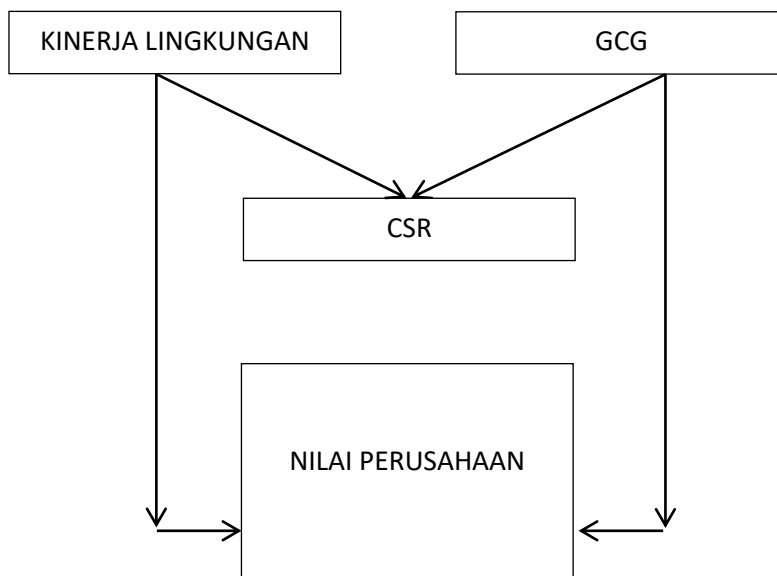
2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Firly Berlinda (2019)	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan: Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Independen (X) : <ul style="list-style-type: none"> • Return on Asset, • Return on Equity • Debt to equity ratio Variabel Dependen (Y) : Nilai Perusahaan	Return On Asset (ROA), Return n Equity dan Debt To Equity Ratio berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
2	Monica Weni Pratiwi (2016)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel	Variabel Independen (X) : <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja Lingkungan • Corporate Social Responsibility Disclosure Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan tetapi Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR Disclosure

		Intervening		
3	Virgiawan Aditya Permana (2017)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei)	Variabel Independen (X) : <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja Lingkungan • <i>Size</i> • Profitabilitas • <i>Profile</i> • Ukuran Dewan Komisaris • <i>Leverage</i> Variabel Dependen (Y): Corporate Social Responsibility	Kinerja Lingkungan, <i>Size</i> ,Profitabilitas <i>Profile</i> ,Ukuran Dewan Komisarisberpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility dan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap Corporate Social Responsibility
4	Dea Putri Ayu (2017)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai	Variabel Independen (X) : <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas • Corporate Social Responsibility Variabel Dependen	Profitabilitas, Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Corporate Social

		Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan	(Y): Nilai Perusahaan	Responsibility
--	--	---	-----------------------	----------------

2.3 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1
Kerangka Pemecahan Masalah

2.4 Pengembangan Hipotesis

Pengetian hipotesis menurut Sugiyono (2016:2) pengertian metode penelitian adalah : “Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Hipotesis merupakan dugaan sementara yang mungkin benar dan mungkin salah, sehingga dapat dianggap atau dipandang sebagai konklusi atau kesimpulan yang sifatnya sementara, sedangkan penolakan atau penerimaan suatu hipotesis tersebut tergantung dari hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang dikumpulkan, kemudian diambil suatu kesimpulan.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka terdapat beberapa hipotesis yang dapat ditarik dan dikembangkan dalam penelitian ini, yaitu :

2.4.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan merupakan bentuk kepedulian perusahaan dalam mengelola lingkungan sehingga menciptakan lingkungan yang baik. Perusahaan yang memperhatikan lingkungan di sekitar perusahaannya senantiasa terjaga dengan baik dan dapat mengatasi dampak-dampak lingkungan yang terjadi akibat aktivitas perusahaan akan membentuk citra yang baik bagi perusahaan. Sehingga akan menjadi kriteria investor untuk berinvestasi sehingga akan menaikkan nilai perusahaan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direpson negatif melalui penurunan harga saham. Perusahaan mengharapkan investor akan bereaksi positif terhadap itikad baik yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan sekitarnya, sehingga meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan harga saham (Falichin, 2017). Penelitian Desfita (2016) menunjukkan bahwa pengumuman peringkat kinerja lingkungan memiliki kandungan informasi yang mempengaruhi harga saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian Lorraine et al. (2014) dalam Santalo dan Cock (2016) menyatakan bahwa publikasi berita kinerja lingkungan tidak berpengaruh pada harga saham kecuali berita tentang denda yang harus dibayar perusahaan karena

telah merusak lingkungan. Berita tentang denda tersebut memiliki efek negatif pada harga saham. Sedangkan penelitian Hassel et al. (2015) dalam Santalo dan Cock (2016) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kinerja lingkungan dengan nilai pasar pada perusahaan di Swedia periode 2013 – 2016. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat diuraikan hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁ : Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

2.4.2.1 Pengaruh Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan

Dewan direksi merupakan pihak dalam suatu entitas perusahaan yang bertugas melaksanakan operasi dan kepengurusan perusahaan. Anggota dewan direksi diangkat oleh RUPS. Dewan direksi diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan yang lebih baik. Dalam Undang-undang Perseroan Terbatas, disebutkan bahwa dewan direksi memiliki hak untuk mewakili perusahaan dalam urusan di luar maupun di dalam perusahaan. Dengan peran yang begitu besar dalam pengelolaan perusahaan, dewan direksi pada dasarnya memiliki hak pengendalian yang signifikan dalam pengelolaan sumber daya perusahaan dan dana dari investor (Sukandar, 2014). Tria Syafitri, Nila Firdausi Nuzula dan Ferina Nurlaily (2018) dalam penelitiannya tentang pengaruh Good Corporate Governance terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil bahwa dewan direksi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Dewan direksi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4.2.2 Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Nilai Perusahaan

Dewan komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggungjawab untuk melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan Good Corporate Governance. Anggota dewan komisaris yang mempunyai keahlian dalam bidang tertentu juga dapat memberikan nasihat yang bernilai dalam penyusunan strategi

dan penyelenggaraan perusahaan (Fama dan Jensen, 1983) dalam Darwis, (2016). Fungsi kontrol yang dilakukan oleh komisaris diambil dari teori agensi. Dari perspektif teori agensi, dewan komisaris mewakili mekanisme internal utama untuk mengontrol perilaku oportunistik manajemen sehingga dapat membantu menyelaraskan kepentingan pemegang saham dan manajer (Jensen, 1993) dalam Darwis, (2016). Dari kedua fungsi dewan tersebut, terlihat bahwa jumlah komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Siallagan dan Machfoedz (2015) menemukan bahwa dewan komisaris secara positif signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.3 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening

Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong pentaatan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi. Kinerja lingkungan perusahaan yang baik akan mendorong perusahaan untuk lebih banyak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* di laporan tahunan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan di laporan tahunan akan membuat citra/image suatu perusahaan akan membaik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra/image baik di masyarakat, karena berdampak pada tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan. Dengan demikian dalam jangka panjang penjualan perusahaan akan membaik sehingga profitabilitasnya juga akan meningkat. Jika perusahaan berjalan dengan lancar, maka minat para investor

untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan akan meningkat. Jika minat investor naik maka akan mendorong harga saham naik.

Kinerja lingkungan dihubungkan dengan nilai perusahaan melalui pengungkapan Corporate Social Responsibility. Pengungkapan CSR sebagai pengaruh tidak langsung antara kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan karena CSR akan menjadi pengungkapan kinerja lingkungan ke pihak masyarakat dan investor sehingga CSR sebagai mediator yang akan menarik minat para investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan. Jika minat investor naik maka akan mendorong harga saham naik. Ketika harga saham naik maka akan memberikan kemakmuran terhadap para pemegang saham yang artinya meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR akan berperan sebagai variabel intervening antara kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Mazda Eko (2015) yang mengatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh langsung dengan nilai perusahaan namun dipengaruhi oleh faktor-faktor lain salah satunya Corporate Social Responsibility. Pattern (2013) dalam Almilia dan Wijayanto (2017) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang negatif environmental dalam annual report dan kinerja lingkungan. Merina (2016) menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap CSR, jadi tinggi rendahnya kinerja lingkungan perusahaan tidak akan mempengaruhi keluasan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kusumadilaga (2018) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi. Hasil penelitian Harjoto dan Jo (2011) dalam Rustiarini (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Nurlela dan Islahuddin (2014) dalam Rustiarini (2017) tidak menemukan adanya pengaruh CSR dengan nilai perusahaan. Dengan demikian,

H4 : Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel intervening.

2.4.4 Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening

Mekanisme GCG dapat meminimalisir terjadinya masalah perbedaan kepentingan antara principal dan agen, sehingga dapat mengurangi biaya agensi yang muncul dan menjaga hak-hak pemegang saham yang kemudian akan meningkatkan nilai perusahaan. Pelaksanaan dan pengungkapan CSR merupakan penerapan dari asas GCG yaitu responsibility dan transparency yang mengatur perusahaan untuk peduli pada kehidupan sosial dan lingkungan dengan mengungkapkan keadaan yang sebenarnya. Terlaksananya CSR akan memberikan manfaat positif bagi perusahaan dengan terciptanya hubungan yang baik dengan stakeholder yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan deskripsi tersebut, hipotesis keempat penelitian ini adalah :

H₅ : Pengaruh Dewan Direksi Terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening

H₆ : Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening