

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Indikator dari nilai perusahaan adalah harga saham, kalau harga saham meningkat maka dapat dikatakan bahwa keputusan-keputusan manajemen perusahaan itu benar, karena rahasia manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan refleksi dari nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan akan diukur menggunakan rasio Tobin's q . Tobin's q adalah salah satu rasio yang dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena rasio ini bisa menjelaskan berbagai fenomena dalam kegiatan perusahaan. Menurut Smithers dan Wright (2008:137) Tobin's q didefinisikan sebagai rasio nilai ekuitas ditambah nilai pasar hutang perusahaan dibagi nilai pengganti aktiva perusahaan. Jika nilai q lebih besar dari satu maka dapat disimpulkan bahwa pasar mengakui nilai aktiva perusahaan saat itu lebih tinggi dari pada nilai penggantinya. Rasio Tobin's q merupakan ukuran yang menggambarkan prediksi pasar terhadap *return* yang dihasilkan dari setiap mata uang yang diinvestasikan dalam aktiva perusahaan. Tobin's q merefleksikan ekspektasi investor tentang tingkat kembalian ekonomi (*economic return*) perusahaan dimasa depan (Harjanti dan Umara, 2005 dalam Kiki, 2009:72). Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan karena keberlanjutan hidup merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, social dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan (Rimba, 2010:84).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Rumus Tobin's Q

Keterangan:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (closing price) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun sedangkan EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

2.1.2 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)

Menurut Hasibuan (2009: 16-17) menyebutkan tiga studi yaitu: “Pertama, *Decision-usefulness studies*; penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh *users* seperti; para analis, banker, dan pihak lain yang terlibat. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa informasi aktivitas sosial perusahaan adalah pada posisi “*Moderately important*”. Kedua, *Economic theory study*; studi dalam *corporate responsibility reporting* ini mendasari pada *economic agency theory* dan *accounting positive theory* yang menganalogikan manajemen adalah agen dari suatu prinsipal. Prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain, namun pengertian *users* tersebut telah berkembang menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*) Ketiga, *Social and political theory studies*. Bidang ini menggunakan teori *stakeholder*, *theory legitimasi organizes* dan

theory economy public. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholder* semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholdernya*". Pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Rustiarini, 2010:49). Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah suatu proses penyampaian dari dampak social dan lingkungan atas kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Kewajiban perusahaan atas CSR telah diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ketentuan ini dibuat oleh pemerintah bagi setiap perusahaan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat sekitar. Menurut CSR Forum *corporate social responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) merupakan indeks CSRD yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan sesuai dengan ketentuan GRI. Informasi mengenai Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) berdasarkan GRI yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar sustainability reporting. Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk (sustainability reporting), maka penelitian ini pun terbatas hanya pada data-data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan (annual report). Hal ini juga agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan

yang sudah membuat sustainability reporting dengan perusahaan yang belum membuatnya.

Penghitungan CSRDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa dkk (2005), dalam Sayekti dan Wondabio, 2007:13. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut Hanifa, dkk (2005) dalam Sayekti & Wondabio 2007:13

$$CSRDI_j = \sum X_{ij} : n_j$$

Dimana:

CSRDI_j : Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

n_j : jumlah item untuk perusahaan j,

X_{ij} : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 < CSRDI_j < 1$

Hubungan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Sutopoyudo (2009: 88) menyatakan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlela dan Islahuddin (2008:63) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

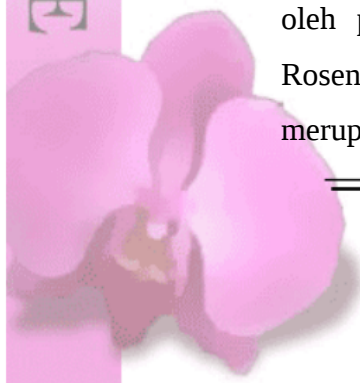
2.1.3 Corporate Governance (CG)

Isu *corporate governance* (CG) telah menarik perhatian dan perdebatan internasional karena serangkaian kegagalan perusahaan dan runtuhnya perusahaan yang dihormati seperti Enron, WorldCom, dan Arthur Andersen.

Hal tersebut mengangkat banyak kekhawatiran tentang keandalan pelaporan keuangan dan efisiensi mekanisme pemantauan yang ada dalam perusahaan. Dalam mengomentari skandal ini, berbagai pihak menyatakan bahwa dewan direksi dan komite audit tidak memiliki pengawasan yang baik pada manajemen (Al-Matari *et al.*, 2012).

CG mulai menjadi topik menarik di Indonesia pada tahun 1998 saat Indonesia mengalami krisis. Salah satu penyebab terjadinya krisis di Indonesia adalah lemahnya pengawasan yang dilakukan terhadap direksi perusahaan yang seharusnya menjadi tanggung jawab dewan komisaris. Banyak bank yang bangkrut (dilikuidasi) karena kelangsungan hidupnya tidak dapat dipertahankan. Salah satu penyebab terjadinya kebangkrutan bank tersebut antara lain karena belum diterapkannya prinsip-prinsip CG di lingkungan perbankan (Effendi, 2008:84). Oleh karena itu, pemerintah termasuk Bank Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk mendorong terwujudnya GCG di lingkungan perbankan. Pada tahun 2006 Bank Indonesia mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia No. 8/4/PBI/2006 tanggal 30 Januari 2006 tentang pelaksanaan GCG bagi bank umum.

Corporate governance (CG) secara umum adalah seperangkat mekanisme yang saling menyeimbangkan antara tindakan maupun pilihan manajer dengan kepentingan *shareholders* (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 auditor eksternal (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 (Barnhart and Rosentein, 1998 dalam Sutaryo dan Wibawa, 2011), peraturan pemerintah (perlindungan kepemilikan investor), *monitoring debtholder*, dan kepemilikan pihak luar seperti kepemilikan institusional (Prajitno dan Christiawan, 2013).

Konsep struktur kepemilikan adalah subyek yang penting dalam konsep luas *corporate governance* (Fazlzadeh *et al.*, 2011). Hubungan antara struktur kepemilikan dan kinerja telah menjadi subyek perdebatan penting dan berkelanjutan dalam literatur keuangan perusahaan (Uwuigbe dan Olusanmi, 2012). Kepemilikan institusional adalah persentase saham yang dimiliki oleh investor institusi seperti perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dan bank (Moradi, 2012). Investor institusional dapat berperan dalam memonitor agen (manajer) perusahaan. Selain itu, investor institusional memiliki akses informasi yang lebih baik karena aktivitas investasi mereka, yang berarti pengetahuan yang lebih baik tentang kinerja perusahaan (Ellili, 2011). Menurut Navissi dan Naiker (2006) prediksi bahwa investor institusional yang besar memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut muncul dari asumsi bahwa investor tersebut memiliki insentif dan dapat memonitor manajemen secara efisien. Menurut Saputra (2010), banyak institusi pada hakikatnya tidak melakukan pengawasan penuh terhadap perusahaan publik sehingga manajer dapat mengambil keputusan yang lebih leluasa di dalam pengelolaan manajemen perusahaan.

Dalam penelitian ini nilai CG diukur menggunakan kepemilikan institusional dengan perhitungan ;

$$KI = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusional}}{\text{Total saham beredar}} \times 100 \%$$

Hubungan CG terhadap Nilai Perusahaan

Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan perusahaan yang harus dicapai (Anggraini, 2012). Upaya yang dapat dilakukan oleh pemilik atau pemegang saham untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah



dengan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga ahli atau profesional yang disebut manajer. Namun, dalam usaha untuk meningkatkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara agen (manajer) dan prinsipal (pemegang saham) yang disebut konflik keagenan. Teori keagenan menjelaskan mengenai masalah yang timbul ketika pemegang saham mengandalkan manajer untuk menyediakan jasa atas nama mereka (Jensen dan Meckling, 1976). Pihak manajer (agen), dengan kewenangan yang dimilikinya bisa bertindak untuk kepentingan pribadinya dan mengorbankan kepentingan para pemegang saham (Trisnantari, 2010). Timbulnya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen inilah yang melatarbelakangi perlunya pengelolaan perusahaan yang baik.

Jensen dan Meckling (1976) berpendapat bahwa kepentingan agen harus selaras dengan prinsipal untuk menyelesaikan masalah keagenan. Menurut Faqi dkk. (2013), untuk mengatasi masalah tersebut perusahaan perlu menerapkan Tata Kelola Perusahaan atau *Good Corporate Governance* (GCG). Penelitian Ionescu (2012) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan di Venezuela dapat mengurangi biaya modal dan meningkatkan nilai pasar ketika meningkatkan praktek *corporate governance* (CG).

Siallagan dan Machfoedz (2010:143) beragumen *Good Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang dapat mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga dapat memberikan peningkatan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Penerapan GCG dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang dapat mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga dapat memberikan peningkatan nilai perusahaan kepada para pemegang saham.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Devina *et al.*, 2010:58). Profitabilitas juga merupakan faktor yang mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidup suatu perusahaan harus



berada dalam kondisi yang menguntungkan agar investor yang sudah menanamkan modalnya di perusahaan tersebut tidak menarik modalnya kembali dan investor yang belum menanamkan modal pada perusahaan akan tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan yang bersangkutan. Dalam Wild J. John, K.R. Subramanyam dan Halsey F. Robert (2005:109), analisis profitabilitas memungkinkan untuk mengestimasi pengembalian dan karakteristik risiko perusahaan dengan lebih baik serta membedakan antara kinerja yang terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi. Profitabilitas dapat diukur menggunakan *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, *Earning Per Share (EPS)* dan *Net Profit Margin (NPM)*.

ROA menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba (Tendelilin, 2001). ROA ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi ROA, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut. *Return on equity (ROE)* merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. *Return on equity* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan (Syafri, 2008:305). ROE menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan keuntungan bagi pemegang saham. Semakin tinggi *return* maka semakin baik karena berarti dividen yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai laba ditahan juga akan makin besar. *Earning Per Share (EPS)* adalah rasio yang menunjukkan berapa besar kemampuan perlembar saham dalam menghasilkan laba (Syafri, 2008:306). *Earning per share* merupakan rasio yang menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa (Syamsuddin, 2009:66). Oleh karena itu pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik akan EPS. EPS adalah suatu indikator keberhasilan perusahaan karena semakin tinggi EPS semakin besar peluang bagi para investor untuk mendapatkan keuntungan dari setiap lembar

saham. *Net Profit Margin* (NPM) digunakan untuk mengukur besarnya persentase dari setiap penjualan yang menghasilkan keuntungan bersih (Kieso, 2012:143).

Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2010:35). Profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, dalam bentuk ROE (*Return On Equity*) yang merupakan rasio antara laba bersih terhadap total equity. ROE digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas (*shareholders' equity*) yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas dapat diukur dengan perhitungan:

$$ROE = \text{Laba bersih setelah Pajak} / \text{Ekuitas Pemegang Saham}$$

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Penelitian Terdahulu

1. Menurut Nahda dan Harjito (2011) hasil analisis menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Penelitian Nahda dan Harjito (2011), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan. Namun CSR tidak secara langsung memengaruhi nilai perusahaan sehingga diperlukan variabel pemoderasi yaitu Corporate Governance untuk menguatkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independennya. Hasil analisis menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.



Kedua, Good Corporate Governance sebagai variabel moderating secara signifikan berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

2. Penelitian Kusumaningtyas (2015), bertujuan untuk menguji pengaruh *good corporate governance* (meliputi : kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komposisi komisaris independen, dan kualitas audit), terhadap nilai perusahaan. *Price Book Value* digunakan sebagai proksi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial, komposisi komisaris independen dan kualitas audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. Penelitian Putra (2015), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROE pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, namun tidak signifikan CSR terhadap Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2013 yang ditunjukkan dengan nilai *path coefficient* yang positif yaitu sebesar 0,13, dan memiliki nilai *p-value* yaitu sebesar 0,26.
4. Penelitian Muryati & Suardhika (2014). Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *corporate governance* pada nilai perusahaan. Proksi dari *corporate governance*, yaitu mekanisme internal (kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dewan direksi, dan komite audit independen) dan mekanisme eksternal (kepemilikan institusional). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh hasil bahwa hanya variabel komite audit independen yang berpengaruh negatif pada nilai perusahaan sedangkan keempat variabel independen lainnya berpengaruh positif pada nilai perusahaan.
5. Penelitian Adhitya, Suhadak, & Nuzula (2016), Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai



perusahaan, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan pengaruh pengungkapan CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara simultan. Hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Uji t, baik pengungkapan CSR maupun profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.

6. Penelitian Wibowo & Yokhebed (2016), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan CSR dan GCG pada nilai perusahaan dan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan metode populasi, untuk perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 2012-2014. metode analisisnya adalah regresi linear simultan untuk menguji panel CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, GCG tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, CSR dan GCG tidak berpengaruh pada kinerja keuangan, GCG mempengaruhi nilai perusahaan melalui kinerja keuangan, dan CSR memiliki tidak berpengaruh pada nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai variabel intervening.

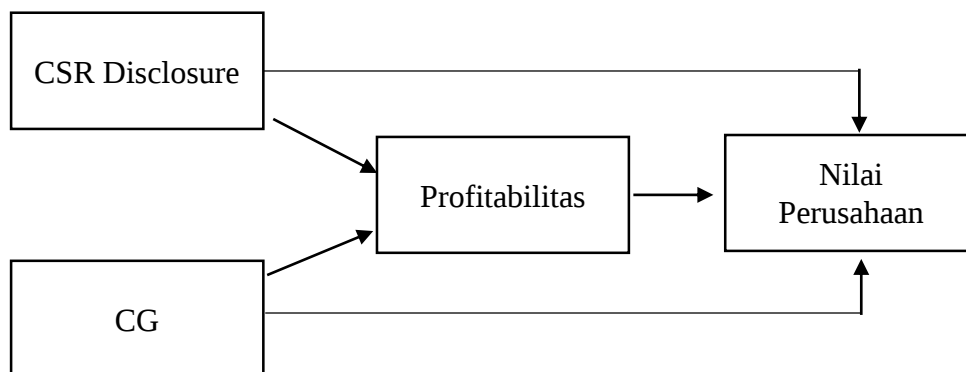
2.2.2 Perumusan Hipotesis

Sutopoyudo (2009: 88) menyatakan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlela dan Islahuddin (2008:63) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.



Siallagan dan Machfoedz (2010:143) beragumen *Good Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang dapat mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga dapat memberikan peningkatan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Penerapan GCG dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang dapat mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga dapat memberikan peningkatan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Model Penelitian dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan, variabel independen yang digunakan adalah *corporate social responsibility* (CSR) dan *corporate governance* (CG), sedangkan variabel *intervening* yang digunakan adalah profitabilitas. Kedua variabel independen dan satu variabel *intervening* tersebut diduga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dalam penelitian ini diperlukan uji statistik untuk menguji apakah variabel independen dan variabel *intervening* terbukti berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap nilai perusahaan.

Gambar 1 Model Hipotesis



Hipotesis

- H1 : *Corporate social responsibility disclosure* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan
- H2 : *Corporate governance* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H3 : *Corporate social responsibility disclosure* berppengaruh langsung secara signifikan terhadap Profitabilitas.

- H4 : *Corporate governance* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Profitabilitas.
- H5 : Profitabilitas berpengaruh langsung secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H6 : *Corporate social responsibility disclosure* berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan, pada saat profitabilitas sebagai variabel intervening.
- H7 : *Corporate governance* berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan, pada saat profitabilitas sebagai variabel intervening

