

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti menjelaskan bahwa antara *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* mempengaruhi hubungan nilai perusahaan memiliki hubungan yang positif. Berikut merupakan daftar nama peneliti yang telah melakukan penelitian tentang tata kelola perusahaan dan *sustainable development*.

Yang pertama, penelitian dilakukan oleh Fery, Suhadak, Handayani (2014) Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Kinerja Keuangan Dan Efeknya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Badan Usaha Milik Negara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kinerja keuangan dan efeknya terhadap nilai perusahaan. Penelitian dilakukan pada Badan Usaha Milik Negara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014. Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan, *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, kinerja keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Yang kedua dilakukan oleh Dianawati (2016) dengan Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan BUMN Non Keuangan Terbuka (*Go Public*) Yang Termasuk Dalam Peringkat CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) Pada Periode 2010-2014).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan BUMN Non Keuangan Terbuka (*Go Public*) Yang Termasuk Dalam Peringkat CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) Pada Periode 2010-2014). Jenis penelitian ini adalah statistik deskriptif. Populasi penelitian ini Populasi dalam penelitian ini perusahaan BUMN Non Keuangan yang *go public* yang termasuk dalam peringkat CGPI pada tahun 2010–2014. Sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan menggunakan kriteria tertentu sehingga didapatkan sampel sejumlah 20 perusahaan yang sesuai dengan kriteria.

Hasil penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Total menyeluruh semua perusahaan BUMN Non Keuangan yang *go public* dapat diidentifikasi bahwa perusahaan bertanggungjawab terhadap tata kelola dan lingkungan sekitarnya memberikan dampak yang positif dalam jangka panjang pada keuntungan perusahaan.

Yang ketiga, penelitian dilakukan oleh Lestari (2015) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. Variabel dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* menghasilkan nilai signifikan. Semakin besar *Corporate Social Responsibility*, maka akan semakin besar pula meningkatkan nilai perusahaan Berdasarkan hasil analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA), diperoleh nilai t-hitung untuk variabel moderasi. Variabel profitabilitas mampu mempengaruhi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan (Tobin,s Q). Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi

Yang keempat penelitian dari Pangestu (2014) Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility*

Sebagai Variabel Intervening. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komisaris independen dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sedangkan kepemilikan institusional dan komite audit tidak berpengaruh. *Corporate Social Responsibility* bukan merupakan variabel intervening dalam pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

Yang kelima penelitian dari Barus (2016) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Kinerja Keuangan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Pemoderasi di Perusahaan Pertambangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tata kelola perusahaan yang baik terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan, menguji pengaruh tanggung jawab sosial mengetahui pengaruh tata kelola perusahaan kinerja keuangan dan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan dan dapat disimpulkan Variabel *Good Corporate Governance* tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2012. Variabel *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2010-2012. Variabel moderat yang merupakan interaksi antara *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* bukanlah variabel moderating.

Dari penelitian terdahulu terdapat perbedaan dan persamaan yang dapat digunakan sebagai perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan pada tabel berikut ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA DAN TAHUN	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1.	-Fery -Suhadak -Handayani tahun 2014	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Keuangan Dan Efeknya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Badan Usaha Milik Negara yang Terdaftar di BEI periode 2012-2014)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hasil dari penelitian ini adalah bahwa <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan ✓ <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ✓ Kinerja keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan
2.	Dianawati tahun 2016	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan BUMN Non Keuangan Terbuka (<i>Go Public</i>) Yang	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pertama <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ✓ Kedua, Total menyeluruh semua perusahaan BUMN Non Keuangan yang go public dapat diidentifikasi bahwa perusahaan bertanggungjawab terhadap tata kelola dan lingkungan sekitarnya memberikan dampak yang positif dalam jangka panjang pada keuntungan perusahaan.

“PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Author : Alfiana Sucia Osca Rindha NPK : A.2014.1.33015

		Termasuk Dalam Peringkat CGPI (<i>Corporate Governance Perception Index</i>) Pada Periode 2010-2014)	
3.	Hesty Mey Lestari tahun 2015	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengujian pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai signifikansi tersebut <0,05 maka H1 diterima. Ini berarti menandakan bahwa ada pengaruh parsial dalam <i>Corporate Social Responsibility</i>. Semakin besar <i>Corporate Social Responsibility</i>, maka akan semakin besar meningkatkan nilai perusahaan ✓ Berdasarkan hasil analisis <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA), variabel profitabilitas mampu mempengaruhi hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan nilai perusahaan (Tobin,s Q). Hasil ini menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> mampu meningkatkan nilai

“PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Author : Alfiana Sucia Osca Rindha NPK : A.2014.1.33015

			perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dengan demikian H2 diterima
4.	Pangestu tahun 2014	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Komisaris independen dan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ✓ Kepemilikan manajerial dan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> sedangkan kepemilikan institusional dan komite audit tidak berpengaruh. ✓ <i>Corporate Social Responsibility</i> bukan merupakan variabel intervening dalam pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap nilai perusahaan.
5.	Barus tahun 2016	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Kinerja Keuangan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Good Corporate Governance</i> tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2012. ✓ <i>Corporate Social Responsibility</i> mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yang

“PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Author : Alfiana Sucia Osca Rindha NPK : A.2014.1.33015

		Pemoderasi di Perusahaan Pertambangan.	<p>terdaftar di BEI periode 2010-2012.</p> <p>✓ moderat yang merupakan interaksi antara good corporate governance dan corporate social responsibility bukanlah variabel moderating</p> <p>✓ Tata kelola perusahaan yang baik sebagian tidak mempengaruhi kinerja keuangan Perusahaan Pertambangan. Namun tanggung jawab sosial perusahaan secara parsial memengaruhi Pertambangan kinerja keuangan Perusahaan.</p>
--	--	--	--

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan pada dasarnya mengatur hubungan antara satu kelompok pemberi kerja (*principal*) dengan penerima tugas (*agent*) untuk melaksanakan pekerjaan (Jensen dan Meckling, 1976). Dalam hal ini yang dimaksud dengan pemberi kerja (prinsipal) adalah para pemegang saham, sedangkan penerima tugas (agen) adalah manajemen.

Agency Theory menjelaskan pentingnya pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional (disebut *agents*) untuk menjalankan bisnisnya. Pemisahan kepemilikan ini bertujuan agar pemilik perusahaan dapat memperoleh untung yang maksimal dengan biaya yang murah. Para agen bertugas untuk kepentingan perusahaan dan memiliki keleluasaan dalam

menjalankan manajemen perusahaan. Pemegang saham bertugas untuk mengawasi dan memonitoring para agen dalam mengelola perusahaannya. Teori agensi mengkaji dampak dan hubungan para tenaga professional dengan pemilik perusahaan atau pemilik perusahaan dengan pemberi pinjaman.

Teori Agensi menganalisis dan mencari solusi atas dua permasalahan yang muncul “*principal*” (pemilik/pemegang saham) dan “*agent*” (manajemen puncak), yakni Tobing (2016) :

1. *Agency problem* muncul ketika timbul konflik antara harapan atau tujuan pemilik/pemegang saham dan para direksi (*top management*), dan para pemilik mengalami kesulitan untuk memverifikasi apa yang sesungguhnya sedang dikerjakan manajemen.
2. *Risk Sharing Problem* yang muncul ketika pemilik dan direksi memiliki sikap yang berbeda terhadap risiko.

2.2.2 Teori Pensinyalan (*Signaling Theory*)

Menurut Brigham dan Houston (2006), teori persinyalan merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang. *Wolk et all* dalam Rustiarini (2009) menyatakan, teori sinyal seharusnya mengungkapkan sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan harus disampaikan suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan karena adanya asimetri informasi yang terjadi antara manajemen dengan pihak pemangku kepentingan. Dapat dijelaskan, perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi penting kepada pihak eksternal untuk bisa dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan. Teori pensinyalan mengungkapkan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal yang berupa informasi mengenai hal yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan kepentingan pemilik yaitu memaksimalkan keuntungan mereka.

Signaling theory relevan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini karena sinyal-sinyal dan informasi yang beredar dapat mempengaruhi tindakan yang diambil investor. Kualitas keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Kualitas informasi tersebut bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi yang timbul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa mendatang dibanding pihak eksternal perusahaan. Informasi yang berupa pemberian peringkat obligasi perusahaan yang dipublikasikan diharapkan dapat menjadi sinyal kondisi keuangan perusahaan tertentu dan menggambarkan kemungkinan yang terjadi terkait dengan utang yang dimiliki (Maria Immaculatta, 2006).

2.2.3 Teory *Stakholder*

Teori ini mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2017).

Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah sistem secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya kompleks dan dinamis. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori *stakeholder*. Varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi. Hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu, organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi. Varian kedua teori *stakeholder* berhubungan dengan pandangan mengenai *empirical accountability*. alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder* (Soelistyoningrum, 2011), yaitu:

1. Isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
2. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan.
3. Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.
4. LSM dan pencinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

2.2.4 Teori Legitimasi

Menurut Lindblom (1993), legitimasi merupakan suatu kondisi dimana sistem nilai sebuah entitas sama dengan dari masyarakat. Teori legitimasi ini dapat diterapkan pada perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Perusahaan menjadi bagian dari komunitas dan lingkungannya itu sendiri. Dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan tersebut, akan sangat berpengaruh terhadap masyarakat sekitar, sehingga apa yang dilakukan oleh pihak perusahaan akan kembali lagi kepada masyarakat tersebut. Oleh karena itu, manajemen perusahaan membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan dari masyarakat sekitarnya. Hal ini juga sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menggapai kelompok kepentingan untuk legitimasi tindakan perusahaan (Till,1994, dalam Hanifa dan Cooke,2005)

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan

definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995 dalam Kirana, 2009). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. 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.

2.2.5 Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance diartikan sebagai suatu sistem untuk mengendalikan dan mengatur perusahaan dengan tujuan mendapatkan nilai tambah. *Good Corporate Governance* dapat mendorong pola kerja manajemen yang transparan, bersih dan professional. Penerapan *Good Corporate Governance* secara berkelanjutan akan menarik minat para investor. *Good Corporate Governance* menurut *Price Waterhouse Coopers* yaitu tata kelola perusahaan terkait dengan pengambilan keputusan yang efektif, yang bertujuan untuk mencapai bisnis yang efisien dalam mengelola risiko yang bertanggung jawab pada kepentingan *stakeholders*. Penelitian ini menggunakan teori agensi sebagai dasar dalam menjelaskan praktik *Good Corporate Governance*.

Prinsip-prinsip utama dari *Good Corporate Governance* yang menjadi indikator, sebagaimana ditawarkan oleh *Organization For Economic Cooperation And Development* (OECD) (Diah Kusuma Wardhani, 2008: 9) adalah :

a. *Fairness* (Keadilan)

Prinsip keadilan (*fairness*) merupakan prinsip perlakuan yang adil bagi seluruh pemegang saham. Keadilan yang diartikan sebagai perlakuan yang sama terhadap para pemegang saham, terutama kepada pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing dari kecurangan, dan kesalahan perilaku insider. Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

b. *Disclosure/ Transparency* (Keterbukaan/ Transparansi)

Transparansi adalah adanya pengungkapan yang akurat dan tepat pada waktunya serta transparansi atas hal penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta pemegang kepentingan. Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

c. *Accountability* (Akuntabilitas)

Akuntabilitas menekankan pada pentingnya penciptaan sistem pengawasan yang efektif berdasarkan pembagian kekuasaan antara komisaris, direksi, dan pemegang saham yang meliputi monitoring, evaluasi, dan pengendalian terhadap manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan pihak-pihak berkepentingan lainnya. Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan

pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

d. *Responsibility* (Responsibilitas)

Responsibility (responsibilitas) adalah adanya tanggung jawab pengurus dalam manajemen, pengawasan manajemen serta pertanggungjawaban kepada perusahaan dan para pemegang saham. Prinsip ini diwujudkan dengan kesadaran bahwa tanggungjawab merupakan konsekuensi logis dari adanya wewenang, menyadari akan adanya tanggungjawab sosial, menghindari penyalahgunaan wewenang kekuasaan, menjadi profesional dan menjunjung etika dan memelihara bisnis yang sehat.

e. *Independency* (Independen)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas *Good Corporate Governance*, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain. Independen diperlukan 25 untuk menghindari adanya potensi konflik kepentingan yang mungkin timbul oleh para pemegang saham mayoritas. Mekanisme ini menuntut adanya rentang kekuasaan antara komposisi komisaris, komite dalam komisaris, dan pihak luar seperti auditor. Keputusan yang dibuat dan proses yang terjadi harus obyektif tidak dipengaruhi oleh kekuatan pihak-pihak tertentu.

Dalam *Good Corporate Governance* terdapat tiga komite yang memiliki peranan penting, yaitu:

- Komite Kompensasi/ Remunerasi (*Compensation/Remuneration Committee*)
- Komite Nominasi (Nomination/ Governance Committee)
- Komite Audit (Audit Committee) (*FCGI Booklet, Jilid II: 11*)

Pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan pedoman perusahaan ada beberapa, yaitu :

- Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

- Dewan Direksi
- Dewan Komisaris
- Pemegang Saham
- Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*)

Jadi jika perusahaan menerapkan sistem *Good Corporate Governance* diharapkan kinerja tersebut akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai. Carningsih (2009), indikator mekanisme *Good Corporate Governance* yang digunakan adalah komisaris independen. Hal tersebut didasarkan pada pemikiran bahwa keberadaan komisaris ini dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi secara efektif dan lebih memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

2.2.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Anggraini,2006).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggungjawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan 14 kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja samadengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitassetempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Purwanto,2011).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (Anggraini, 2006). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Corporate Social Responsibility tidak lagi berpijak pada praktek single bottom line yang berorientasi pada kinerja keuangan saja, namun dewasa ini *Corporate Social Responsibility* juga telah mengacu pada triple bottom line, yang artinya selain berorientasi pada kinerja keuangan, perusahaan juga berorientasi pada aktivitas sosial dan lingkungan. Hal ini diyakini dapat menjamin keberlanjutan jalannya perusahaan. Namun praktek tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial rata-rata masih dilakukan secara sukarela dan bukan bersifat kewajiban. Praktek secara sukarela tersebut yang dalam konteks bisnis hanya untuk mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan para *stakeholder* yang meliputi pengurangan dampak buruk pada lingkungan, keselamatan dan kenyamanan tempat bekerja yang dilihat dari sisi fisik dan psikologi khususnya hak dan kebebasan pekerja.

Dengan menganggap hal-hal tersebut sebagai praktek, ditekankan bahwa meskipun tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, namun berdasarkan fakta yang ada *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, tujuannya sebenarnya adalah untuk melakukan diferensiasi terhadap kompetitor dan untuk meningkatkan *image* perusahaan yang berdampak pada keuntungan ekonomi yang berhubungan dengan tingkat pengembalian dan laba melalui peningkatan penjualan dari tahun ke tahun.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sering juga disebut sebagai *social accounting*, *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *corporate social responsibility disclosure*, yaitu proses mengomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok yang berkepentingan (Sembiring, 2006, diacu dalam Purwanto, 2011). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* termasuk *mandatory disclosure* karena telah diatur dalam perundangan, yakni Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Bapepam No. VIII G.2 mengenai *annual report* yang bertujuan melindungi pemilik modal dari asimetri informasi. Terdapat beberapa alasan mengapa perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

- a. Untuk menarik dana investasi,
- b. Atas pertimbangan *economic rationality*, yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memberi keuntungan bisnis,
- c. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu,
- d. Untuk memenuhi atau menyesuaikan ekspektasi masyarakat.

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

Dari landasan teori yang telah dibahas diatas maka secara singkat dapat disimpulkan bahwa dari penelitian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu hal penting yang harus di publikasikan didalam laporan keuangan karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berfungsi sebagai sumber informasi *social* mengenai perusahaan dan dengan adanya pengungkapan

Corporate Social Responsibility membuat para investor semakin yakin untuk menanamkan modalnya atau melakukan investasi pada perusahaan tersebut, dengan alasan bahwa perusahaan ini memiliki pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang baik maka seara otomatis laba dari perusahaan tersebut bisa dikatakan bagus atau baik. Adapun rumus dari *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut yang (Tsoutsoura,2007) yang dikutip (Ayu Oktyas,2015) :

$$\text{Alokasi Biaya CSR} = \frac{\text{Biaya CSR pada waktu tahun (t)}}{\text{Laba (Rugi)bersih pada waktu tahun (t - 1)}} \times 100 \%$$

2.2.7 Nilai Perusahaan

Firm value atau Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008) dalam (Gusti Ayu made, 2013) . Nilai perusahaan juga didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik para pemegang saham yang tercermin pada harga saham.

Nilai perusahaan juga menunjukkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu asset berharga yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan dimasa depan. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya.

2.2.8 Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan menurut Weston dan Copeland (2008:244) dapat dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian tersebut terdiri dari:

1. *Price Earnings Ratio (PER)*

Price Earnings Ratio (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. Menurut Tandelilin PER adalah perbandingan antara harga saham dalam perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba dimasa yang akan datang. Semakin tinggi PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. PER dapat dihitung dengan cara:

$$PER = \frac{\text{harga pasar per lembar saham}}{\text{laba perlembar saham}}$$

2. *Price to Book Value (PBV)*

Price to Book Value (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai efektif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV juga dapat menunjukkan apakah harga saham perusahaan yang diperdagangkan *overvalued* atau *undervalued*. Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan:

$$PBV = \frac{\text{harga pasar perlembar saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

3. *Tobin's Q*

Tobin's Q adalah nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan rasio nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. *Tobin's Q* merupakan salah satu alternatif yang digunakan dalam

menilai *Firm value*. Rasio Tobin's Q dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan. Tidak hanya saham biasa dan ekuitas perusahaan saja yang dimasukkan, namun seluruh asset perusahaan. Dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

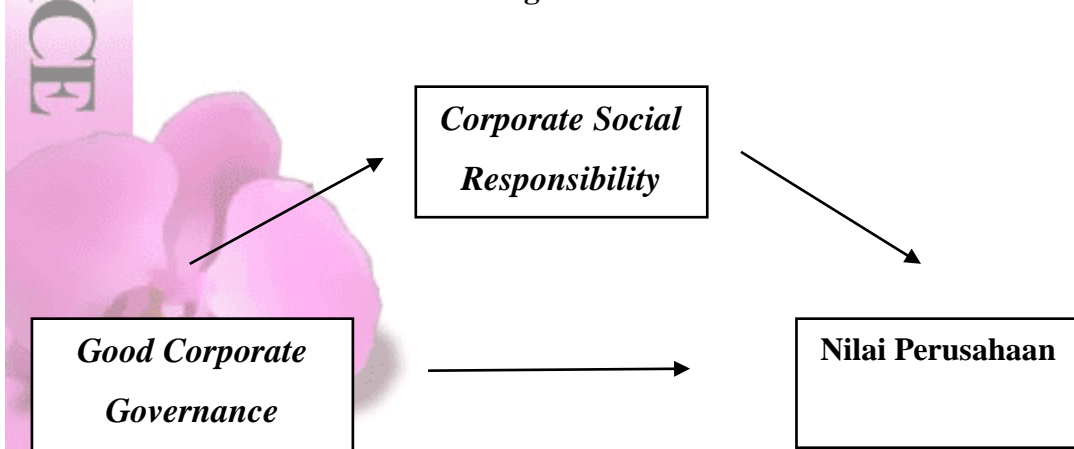
EMV = Nilai Pasar Ekuitas

EBV = Nilai Buku dari Total Aktiva

D = Nilai Buku dari total Hutang

Tata kelola *Good Corporate Governance* akan berpengaruh nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*. Pada penelitian ini akan dianalisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel tersebut terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2017 sehingga dapat diketahui *Good Corporate Governance* dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi hubungan kedua variabel tersebut. Yang akan di jelaskan pada gambar 3.1 di bawah ini :

Kerangka Pikiran



“PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Author : Alfiana Sucia Osca Rindha NPK : A.2014.1.33015

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* Pada Nilai Perusahaan

Menurut Obradovich and Gill (2013) nilai perusahaan dipengaruhi oleh kepemilikan manajerial yang merupakan proksi dari *Good Corporate Governance* secara langsung. Sedangkan menurut Nurhayati dan Medyawati (2012) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial yang merupakan proksi dari *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan saham yang dimiliki oleh manajer belum mampu untuk meminimalkan masalah keagenan yang terjadi antara pemilik dan pengelola perusahaan.

Susanti et al. (2010) menyatakan komite audit mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis dalam hal memelihara kredibilitas proses penyusunan laporan keuangan seperti halnya menjaga terciptanya sistem pengawasan perusahaan yang memadai serta dilaksanakannya *Good Corporate Governance*. Investor menilai suatu perusahaan dengan cara membaca informasi yang disajikan dalam laporan keuangan, dengan kualitas laporan keuangan yang baik maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut hasil penelitian dari Alfinur (2016) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehubungan dengan hal tersebut hubungan antara *Good Corporate Governance* dengan nilai perusahaan diduga dipengaruhi faktor lain yang menjembatani hubungan antara *Good Corporate Governance* dan nilai perusahaan. Informasi yang dilaporkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan memberikan ketertarikan bagi investor terhadap perusahaan. Oleh karena itu peneliti memasukkan variabel kinerja keuangan sebagai variabel intervening yang diduga ikut mampu memediasi pengaruh tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : *Good Corporate Governace* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* Pada *Corporate Social Responsibility*

Pemegang saham perusahaan terdiri dari dua kepemilikan yaitu saham yang dimiliki oleh pihak manajer dan pihak institusi. Kepemilikan saham ini merupakan faktor utama mekanisme *Good Corporate Governance* yang berhak memegang kendali atas keputusan atau kebijakan yang akan dilakukan perusahaan. Pemegang saham sebagai pengendali perusahaan diharapkan menjadi pihak utama yang akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus *Good Corporate Governance* semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Keberadaan dewan komisaris belum memberikan jaminan terlaksananya prinsip-prinsip *Corporate Governance*, khususnya mengenai perlindungan terhadap investor. Untuk mendorong implementasi *Good Corporate Governance*, dibuatlah sebuah organ tambahan dalam struktur perseroan. Organ-organ tambahan tersebut antara lain adalah dewan komisaris independen dan komite audit. Keberadaan Komisaris Independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Karena komisaris independen tidak terpengaruh oleh manajemen, mereka cenderung

mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder*-nya

Menurut Nurkhin (2009) menyatakan tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Pengawasan oleh pemilik saham institusional dapat memaksa manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Manajer perusahaan akan berusaha mengungkapkan informasi sosial dalam rangka meningkatkan image perusahaan, meskipun manajer harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray *et al.*, 1998 dalam Nugroho, 2011). Sejalan dengan penelitian Fama dan Jensen (1988) dalam Putri (2013) menyatakan semakin tinggi kepemilikan manajerial maka semakin besar motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi aktivitas sosial perusahaan.

H2 : *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

2.3.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai perusahaan

Penerapan *Corporate Social Responsibility* dilakukan dalam bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan perusahaan. Survei yang dilakukan Boot-Harris Trust pada tahun 2001 dalam Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif.

Maka pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan dapat menilai tambah yang diharapkan akan meningkatkan kepercayaan para investor. Tidak hanya investor, konsumen akan lebih menghargai perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Karena ketika konsumen membeli produk perusahaan tersebut, maka konsumen merasa ikut berpartisipasi dalam membantu kepentingan sosial lingkungan. Dampak positif dari

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* salah satunya dapat membangun perusahaan di mata para *stakeholder* Widyanti (2014).

Dengan adanya 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 untuk memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar *profit* semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Berdasarkan penjelasan diatas dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.3.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening dalam Hubungan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial sering kali menjadi pemegang saham minoritas pada suatu perusahaan, sehingga manajer tidak dapat berbuat banyak bahkan dikatakan kinerja manajer cenderung rendah dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada perusahaan. Menurut Putri (2013) berpendapat jika manajer salah mengambil keputusan dan perusahaan mengalami penurunan laba maka perusahaan (manajer) dapat mengurangi adanya aktivitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dikaitkan dengan *Corporate Governance* yang dilakukan oleh Novita dan Djakman (2008) juga dilakukan oleh Farook dan Lanis (2005). Farook dan Lanis (2005) menemukan bahwa *Islamic Governance* (sebagai proksi *Corporate Governance* di Bank Islam) terbukti berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Novita dan Djakman (2008) menemukan hasil bahwa kepemilikan institusional tidak mempengaruhi luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini senada dengan hasil penelitian Barnae dan Rubin

(2005) yang menyebutkan bahwa kepemilikan institusional tidak memiliki hubungan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pangestupurbo (2014) juga berpendapat bahwa diantaranya kepemilikan manajerial dan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan kepemilikan institusional dan komite audit tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitiannya berpendapat juga menyimpulkan bahwa komisaris independen dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* ditolak sebagai variabel intervening dalam hubungan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

H4 : *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan memediasi *Corporate Social Responsibility*

