

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya, sehingga peneliti dapat membandingkan hasil dari penelitian terdahulu dengan hasil yang didapatkan oleh peneliti. Berikut adalah penelitian terdahulu pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan pengungkapan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2.1
PenelitianTerdahulu

No.	Nama peneliti, Judul penelitian, Tahun penelitian	Variabel penelitian	Metode Penelitian	Kesimpulan
1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Melani S dan Wahidahwati, 2017)	Variabel Independen (X): - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) - <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Variabel Dependen (Y): -Nilai Perusahaan Variabel Pemoderasi: - Profitabilitas	Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> mampu memoderasi pengaruh ROA pada nilai perusahaan

2	<p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia) (Susanto PB dan Subekti Im, 2013)</p>	<p>Variabel Independen (X): -<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) -<i>Good Corporate Governance</i> (GCG)</p> <p>Variabel Dependen (Y): -Nilai Perusahaan</p>	Kuantitatif	<p>Komisaris independen, dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi tidak ditemukan bahwa komite audit, CSR, dan kepemilikan institusional mempengaruhi nilai perusahaan</p>
3	<p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Wulansari R dan Sapari, 2017)</p>	<p>Variabel Independen (X): - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) - <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)</p> <p>Variabel Dependen (Y): - Nilai Perusahaan</p>	Kuantitatif	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>
4	<p>Pengaruh <i>Konservatisme</i> Dalam Laporan Keuangan Terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> (Pujiati, L., 2012)</p>	<p>Variabel Independen (X): - Konservatisme</p> <p>Variabel Dependen (Y): - <i>Earning Response Coefficient</i></p>	Kuantitatif	<p>Keseluruhan <i>konservatisme</i>, <i>Good Corporate Governance</i>, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba</p>
5	<p><i>The Influence of Corporate Social Responsibility and Good Corporate</i></p>	<p>Variabel Independen (X): -<i>Corporate</i></p>	Kuantitatif	<p><i>Corporate Social Responsibility</i>, <i>Good Corporate Governance</i> Berpengaruh signifikan</p>

	<p><i>Governance on Firm Value: The Characteristic of the Company as Moderating Variable</i> (Estiasih SP, Oetomo HW, Asyik NF, Riduwan Akhmad, 2015)</p>	<p><i>Social Responsibility (CSR) -Good Corporate Governance (GCG)</i> Variabel Dependen (Y): -Nilai Perusahaan</p>		<p>terhadap perusahaan nilai</p>
--	---	--	--	----------------------------------

Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan variabel dependen berupa nilai perusahaan dan variabel independen berupa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan periode 2007-2015 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2017–2018.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Legitimacy Theory* (Teori Legitimasi)

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

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

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

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

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

2.2.2 Agency Theory (Teori Agensi)

Agency Theory merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *Corporate Governance* serta konsep yang menjelaskan hubungan kontraktual antara *principals* dan *agents*. Dalam hal ini *principal* adalah pemilik atau pemegang saham, sedangkan yang dimaksud dengan *agent* adalah manajemen yang mengelola perusahaan. Disini terjadi penyerahan pengelolaan perusahaan dari *principals* kepada *agents*. Tujuan dari pemisahan pengelolaan dari kepemilikan perusahaan, yaitu agar *principal* memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin ketika perusahaan tersebut dikelola oleh *agent*. Teori agensi menjelaskan tentang hubungan antara dua pihak dimana salah satu pihak menjadi agen dan pihak yang lain bertindak sebagai *principal* (Melani dan Wahidahwati, 2017). Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka didalam perusahaan. Sedangkan para *agent* diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

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

Teori agensi juga menjelaskan asimetri informasi dimana manajer memiliki informasi lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan pemilik (pemegang saham), sehingga manajer cenderung melakukan manipulasi melalui manajemen laba untuk kepentingan pribadi. Konflik kepentingan antara pemilik dan agan dapat dikurangi dengan adanya mekanisme pengawasan yang dapat menyelaraskan kepentingan yang ada diperusahaan dengan menerapkan *good corporate governance*. (Melani dan Wahidahwati, 2017).

Jadi, dapat disimpulkan teori agensi menjelaskan bagaimana menyelesaikan atau mengurangi konflik kepentingan antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam kegiatan bisnis yang berdampak merugikan. Untuk menghindari konflik diperlukan prinsip-prinsip dasar pengelolaan perusahaan yang baik. *Good corporate governance* yang merupakan konsep

yang didasarkan pada teori keagenan, diharapkan dapat berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada para investor bahwa mereka akan mendapatkan informasi yang sama dan lengkap dengan yang dimiliki oleh manajemen.

2.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial merupakan bukti sebuah tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam bentuk berbagai kegiatan misalnya dengan cara menjaga lingkungan sekitar perusahaan, membangun fasilitas umum, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, memberikan bantuan beasiswa kepada anak yang dirasa kurang mampu, hingga memberikan bantuan dana untuk kesejahteraan masyarakat sekitar. Kegiatan ini bertujuan agar tidak terjadi konflik yang akan berakibat terhadap citra perusahaan, dengan adanya CSR pun dapat membangun hubungan baik dengan masyarakat, sehingga dapat terbentuk sikap publik yang baik. (Latupono, dan Andayani, 2015).

CSR bukan sebuah kesukarelaan, tetapi menjadi tuntutan atau kewajiban bagi perusahaan agar mampu dan berkembang sesuai dengan UU tentang CSR pasal 74 UU No 40 Tahun 2007 mewajibkan bagi perseroan untuk mengeluarkan dana CSR : CSR ini wajib untuk perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam. Yang dimaksud dengan

“perseroan yang menjalanka kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” merupakan perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” merupakan perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkann sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

Keberadaan konsep CSR merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisasi risiko sosial, serta fungsi sebagai sarana untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) dengan tujuan perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang dapat dipenuhi secara baik dan benar serta mencegah adanya kesalahan-kesalahan agar segera diperbaiki dengan segera.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (2009) mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga

karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.

Menurut (Wardoyo dan Veronica. 2013) CSR merupakan tanggungjawab yang dimiliki perusahaan terhadap komunikasi yang berkaitan dengan operasional bisnis sehingga perusahaan harus mengidentifikasi kelompok-kelompok *stakeholder* dan menggabungkan kebutuhan serta kepentingan mereka dalam proses pembuatan keputusan operasional dan strategis.

Dari berbagai pengertian CSR diatas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan operasi bisnis perusahaan yang tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan juga untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan menyeluruh, melembaga dan berkelanjutan.

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

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

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

- f. Mereduksi biaya misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Peluang mendapatkan penghargaan.

3. Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Latupono dan Andayani, 2015 ada beberapa tahap yang memotivasi perusahaan melaksanakan CSR bagi masyarakat dan sekitarnya. Beberapa motivasi perusahaan melaksanakan CSR, ada tiga tahap paradigma yang berbeda:

- a. *Corporate Charity*, merupakan dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan.
- b. *Corporate Philanthropy*, merupakan dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dan norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial.
- c. *Corporate Citizensip*, merupakan motivasi yang berguna untuk mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial

4. Jenis-jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Adapun 4 komitmen dalam *Corporate Social Responsibility* menurut (Marius dan Indah, 2017) :

- a. Tanggung Jawab ekonomi (*Economic Reponsibilities*)

Tanggung jawab ini adalah tanggungjawab sosial yang paling mendasar. Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi perusahaan,

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

b. Tanggung Jawab Hukum (*Legal Responsibilities*)

Tanggung jawab ini mencerminkan kewajiban perusahaan untuk mengeluarkan undang-undang yang mengatur kegiatan bisnis. Gerakan lingkungan hidup memiliki pengaruh pada hukum bisnis. Gerakan ini memungkinkan undang-undang lingkungan yang ada, seperti undang-undang Kebijakan Lingkungan Hidup Nasional

c. Tanggung Jawab Etis (*Ethical Responsibilities*)

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

d. Tanggung Jawab Direksi (*Discretionary Responsibilities*)

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

5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

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

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

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

Saat ini pada standar GRI versi terbaru, yaitu G4 telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 dapat dijadikan pedoman agar lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan berkelanjutan baik itu sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (www.globalreporting.org)

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan secara *online*. Didalam standar GRI-GR, indikator, kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerjam tanggungjawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI yaitu 91 item (www.globalreporting.org).

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, item-item yang akan diberikan skor, mengacu

kepada indikator kerja atau item yang disebut GRI-G4. Penjelasan mengenai indikator GRI-G4 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2.2
Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

No.	Indikator	Kode	Item
1.	Kinerja Ekonomi	EC 1	Nilai ekonomi langsung dihasilkan dan didistribusikan
		EC 2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
		EC 3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
		EC 4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
		EC 5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
		EC 6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
		EC 7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
		EC 8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
		EC 9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
2.	Lingkungan	EN 1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
		EN 2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
		EN 3	Konsumsi energi dalam organisasi
		EN 4	Konsumsi energi di luar organisasi
		EN 5	Intensitas energi
		EN 6	Pengurangan konsumsi energi
		EN 7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
		EN 8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
		EN 9	Sumber air secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
		EN 10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
		EN 11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung

Lanjutan

		EN 12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung
		EN 13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
		EN 14	Jumlah total spesies dalam IUCN Red List dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
		EN 15	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
		EN 16	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
		EN 17	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
		EN 18	Intensitas Emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
		EN 19	Pengurangan Emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
		EN 20	Emisi Bahan Perusak Ozon (BPO)
		EN 21	NO _x , SO _x dan emisi udara signifikan lainnya
		EN 22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
		EN 23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
		EN 24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
		EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi <i>baseline</i> Lampiran I, II, III dan VIII diangkut, diimpor, diekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
		EN 26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
		EN 27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan dari produk dan jasa
		EN 28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
		EN 29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
		EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta

Dilanjutkan

Lanjutan

			bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
		EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
		EN 32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
		EN 33	Dampak lingkungan negatife signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
		EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
3.	Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja	LA 1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
		LA 2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
		LA 3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
		LA 4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut dalam perjanjian bersama
		LA 5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
		LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat pekerjaan, hari hilang dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
		LA 7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
		LA 8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
		LA 9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
		LA 10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti

Dilanjutkan

Lanjutan

		LA 11	Persentase karyawan yang menerima reviu kinerja dan pengembangan karier secara regular, menurut gender dan kategori karyawan
		LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
		LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
		LA 14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
		LA 15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
		LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
4	Hak Asasi Manusia	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
		HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
		HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil
		HR 4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
		HR 5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
		HR 6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk

Dilanjutkan

Lanjutan

			berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
		HR 7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
		HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
		HR 9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
		HR 10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
		HR 11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
		HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
5	Masyarakat/ Sosial	SO 1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
		SO 2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan
		SO 3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko yang terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
		SO 4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
		SO 5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
		SO 6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
		SO 7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
		SO 8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
		SO 9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
		SO 10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil

Dilanjutkan

Lanjutan

		SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
4.	Tanggung Jawab Atas Produk	PR 1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
		PR 2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis has
		PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
		PR 4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
		PR 5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
		PR 6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
		PR 7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil
		PR 8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
		PR 9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyedia dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: www.globalreporting.org, 2013

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative (GRI)*. *Corporate Social Responsibility* dinilai dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah yang diisyaratkan

dalam GRI-G4 yang mencakup 91 item. Penilaian pengungkapannya menggunakan variabel *dummy* yaitu setiap item *Corporate Social Responsibility* menggunakan daftar pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan memberikan skor “0” untuk setiap item yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan dan memberikan skor “1” untuk setiap item yang diungkapkan (Retno dan Wahidahwati, 2017). Adapun rumus dari GRI-G4 sebagai berikut :

Keterangan :

CSRI_j : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n : Jumlah skor pengungkapan yang diperoleh untuk perusahaan j

k : Jumlah skor maksimal (91)

6. Alasan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Pertiwi, dan Pratama, 2012 ada beberapa alasan yang mendukung konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun alasan-alasan yang dikemukakan oleh para pendukung tanggung jawab sosial yaitu:

- a. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang hal ini sangat menguntungkan perusahaan.

- b. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
- c. Meningkatkan nama baik perusahaan, dan akan menimbulkan simpati klien, karyawan, investor dan lain-lain.
- d. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Karena campur tangan pemerintah dianggap cenderung akan membatasi peran perusahaan, sehingga jika perusahaan memiliki tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.
- e. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.
- f. Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini publik.
- g. Membantu kepentingan nasional dan lingkungan seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja, dan lain-lain.

Menurut Pertiwi, dan Pratama, 2012 mengungkapkan bahwa Pengungkapan informasi tentang perilaku perusahaan dan hasil tentang tanggung jawab sosial dapat membantu membangun citra positif di antara pemangku kepentingan.

2.2.4 *Good Corporate Governance (GCG)*

1. **Pengertian *Good Corporate Governance (GCG)***

Perusahaan sebaiknya menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan perlu dipertahankan, salah satunya melalui tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance*.

corporate governance didefinisikan sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola saham, kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan.

Heder dan Priyadi, 2017 mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh perusahaan guna memberikan nilai tambah pada perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang bagi pemegang saham, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders*.

Kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa pengertian diatas adalah bahwa esensi dari *Good Corporate Governance* antara lain berupa peningkatan kinerja perusahaan melalui pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam hal ini manajemen lebih terarah dalam mencapai

sasaran-sasaran manajemen dan tidak disibukkan untuk hal-hal yang bukan menjadi sasaran pencapaian kinerja manajemen.

Menurut Heder dan Priyadi, 2017 dengan adanya pengimplementasian *Good Corporate Governance* memerlukan komitmen dari seluruh elemen organisasi dan kepatuhan terhadap aturan-aturan yang mengikat di dalamnya. Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) menguraikan lima prinsip dasar GCG yang dikenal dengan sebagai “TARIF” (*Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness*) yaitu :

a. Keterbukaan (*transparancy*)

Untuk menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang meterial 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 mengambil keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya

b. Akuntabilitas (*accountability*)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar 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.

c. Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara keseimbangan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

d. Independensi (*independency*)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

e. Kewajaran (*fairness*)

Untuk melancarkan pelaksanaan atas *Good Corporate Governance*, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

2. Struktur *Good Corporate Governance*

Struktur *Good Corporate Governance* diperlukan agar pelaksanaan *Good Corporate Governance* mudah untuk dilaksanakan. Ada dua pola struktur *Good Corporate Governance* yang digunakan dalam mengelola perusahaan, yaitu :

a. *One Tier System*

One Tier System juga disebut sebagai sistem satu tingkat (*Single Board System*). Sistem ini digunakan oleh negara Anglo-Saxon seperti Amerika dan Inggris. Dalam satu tingkat, peran dewan komisaris dan dewan direksi dijadikan dalam satu wadah, yang disebut dengan *Board of Director*. Dewan direksi terdiri dari direktur eksekutif dan direktur non eksekutif

b. *Two Tier System*

Two Tier System disebut juga sistem dua tingkat yang berasal dari sistem hukum kontinental Eropa. Dalam sistem ini peran dewan komisaris dan dewan direksi dipisah secara jelas. Dewan direksi bertugas mengelola dan mewakili perusahaan dibawah pengarahan dan pengawasan dewan komisaris. Sedangkan dewan komisaris bertugas mengawasi tugas-tugas dewan direksi. Negara-negara yang menggunakan *Two Tier System* adalah Belanda, Jerman, dan Indonesia.

3. Manfaat *Good Corporate Governance*

Heder dan Priyadi, 2017, menyatakan manfaat adanya *Good Corporate Governance* yaitu :

- a. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta meningkatkan pelayanan kepada *stakeholder*

- b. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat meningkatkan *corporate value*
- c. Mengembalikan kepercayaan investor untuk berinvestasi di Indonesia
- d. Para pemegang saham akan puas dengan kinerja perusahaan karena akan meningkatkan nilai pemegang saham dan dividen

4. Mekanisme *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance merupakan variabel independen dalam penelitian ini, pengukurannya menggunakan pengukuran sesuai dengan (Pujiati,2012). Kriteria pengukuran dan bobot masing-masing. *Presence of board of commissioner, wight 45%, audit commiter, weight 20%, management, weight 20, stakeholder, weight 15%*

1. BOARD OF COMMISSIONER / DEWAN KOMISARIS (45%)

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

- a. *COM_SIZE (Size of Commissioner / ukuran dewan komisaris)*

Ukuran dewan komisaris dapat dilihat dari jumlah komisaris di perusahaan sampel. Dewan komisaris dapat terdiri dari

komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi yang dikenal sebagai komisaris independen dan komisaris afiliasi.

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

b. *COM_IND* (*Independent Commisioner/Komisaris Independen*)

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

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

c. %*COM_OWN* (*Ownership Commisioner/* kepemilikan komisaris)

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

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

d. *AUD (Big Four)*

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

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

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

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

a. *AUD_SIZE (Size of Audit Committee / Ukuran Komite Audit)*

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

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

b. *AUD_IND (Independent Audit Committee/Komite Audit Independen)*

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

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

c. *FINEXPERT*

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

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

3. *MANAGEMENT* / Manajemen (20%)

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

a. *DIR_SIZE*

Ukuran dewan direksi adalah jumlah keseluruhan anggota dewan direksi.

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

b. *M_OWN* (*Manajerial Ownership* / Kepemilikan Manajerial)

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

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

c. *Family Relations*

Range	Score
Ya	0
Tidak	10

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

a. *INST_OWN* (*Institutional Ownership* / Kepemilikan Institusional)

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

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

Perhitungan score *good corporate governance* untuk setiap sampel adalah:

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

Total score = Jumlah dari score masing-masing point

2.2.3 Nilai Perusahaan

Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham (Agustine, 2014).

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga akan tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan.

Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya (Retno dan Wahidahwati, 2017)

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

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

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

a. PBV (*Price Book Value*)

Price Book Value merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham, secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kekayaan pemegang saham.

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar saham}}{\text{Nilai Buku saham biasa}}$$

b. PER (*Price Earning Ratio*)

Price Earning Ratio merupakan harga per lembar saham, indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan laba rugi bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earnings (Harmono, 2015)

$$PER = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

c. Tobin's Q

Rasio Tobin's Q digunakan sebagai indikator penilaian nilai perusahaan. Rasio ini dinilai bisa memberi informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal

saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan.. Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

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

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

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

EBV = Nilai Buku dari Total Ekuitas (EBV = Total Aset – Total Kewajiban)

D = Nilai Buku dari Total Hutang

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

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

profit perusahaan akan turun. Menerapkan CSR menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang berarti semakin tingginya nilai perusahaan.

CSR mempunyai peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial di lingkungan sekitar. (Melani dan Wahidahwati, 2017) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini berarti penerapan GCG telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan CSR sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR merupakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk mengimplementasikan dan mengungkapkan aktivitas CSR yang dilakukan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya. (Melani dan Wahidahwati, 2017) mengatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon

investor untuk memilih tempat investasi karena menggap bahwa perusahaan tersebut memberikan citra kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

GCG mensyaratkan adanya tata kelola perusahaan yang baik. Tata kelola perusahaan yang baik menggambarkan bagaimana usaha manajemen mengelola aset dan modalnya dengan baik agar menarik para investor. Pengelolaan aset dan modal suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan yang ada. Jika pengelolaannya dilakukan dengan baik maka otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan.

Tujuan *corporate governance* adalah menciptakan nilai tambah bagi *stakeholders*. Serta manfaat dari penerapan GCG dapat diketahui dari harga saham perusahaan yang bersedia dibayar oleh investor. Penerapan GCG yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dengan kata lain dapat meningkatkan nilai perusahaan.

(Melani dan Wahidahwati, 2017) menyatakan adanya penerapan GCG akan mempengaruhi tercapainya nilai perusahaan. Perusahaan tentunya harus memastikan kepada para penanam modal bahwa dana

yang mereka tanamkan untuk kegiatan pembiayaan, investasi, dan pertumbuhan perusahaan digunakan secara tepat dan seefisien mungkin serta memastikan bahwa manajemen bertindak terbaik untuk kepentingan perusahaan. Penerapan GCG dapat didorong dari dua sisi, yaitu etika dan peraturan. Dorongan dari etika (*ethical driven*) datang dari kesadaran dari individu pelaku bisnis untuk menjalankan praktek bisnis yang mengutamakan kelangsungan hidup perusahaan, kepentingan *stakeholder* dan menghindari cara-cara menciptakan keuntungan sesaat. Sedangkan dorongan dari perusahaan (*regulatory driven*) “memaksa” perusahaan untuk patuh terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hasil penelitian Hasil penelitian (Melani dan Wahidahwati, 2017) menemukan adanya hubungan positif GCG dan nilai perusahaan. penelitian Rustiarini, 2010 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate governance* berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian Siallagan dan Machfoedz, 2006 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) yang juga menyimpulkan bahwa mekanisme *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Siallagan dan Machfoedz, 2006 (dalam Melani dan Wahidahwati, 2017) menyatakan bahwa GCG secara langsung tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian dari Ratih, 2012 (dalam Melani dan

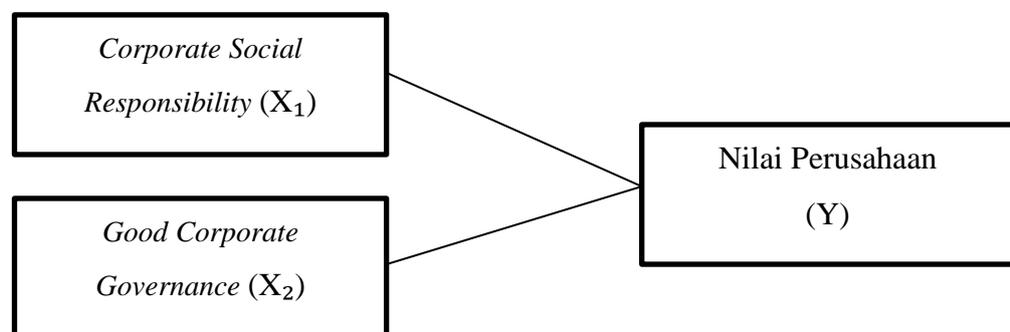
Wahidahwati, 2017) yang juga menyimpulkan bahwa pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan tidak terbukti kebenarannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa terdapat hasil yang kontradiksi antar penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4 Kerangka Konseptual

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



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis

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

1. H_1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
2. H_2 : *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan