

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang melatar belakangi penelitian ini antara lain:

**Tabel 2.1**  
Tinjauan Penelitian Terdahulu

<b>No</b>	<b>Judul, Nama, Tahun</b>	<b>Variabel</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1	Riana Anugrah Fitri Dan Eliada Herwiyanti (2014) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	X1 : <i>Corporate Social Responsibility</i> , X2 : <i>Good Corporate Governance</i> dan Y : <i>Nilai Perusahaan</i>	Deskriptif Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Widyasari dkk (2015) Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2013)	X1 : <i>Corporate Social Responsibility</i> , X2 : <i>Good Corporate Governance</i> dan Y : <i>Nilai Perusahaan</i>	Deskriptif Kuantitatif	1. Komisaris independen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 2. Kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Kepemilikan manajerial dan kualitas auditor eksternal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Nissa Sabrina	X1 :	Kuantitatif	1. Pengungkapan CSR tidak

	Ghaesani (2015), " Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan ".	<i>Corporate Social Responsibility</i> X2 : Profitabilitas X3 :Ukuran perusahaan, X4 :Kinerja Lingkungan Y : Nilai Perusahaan	if	berpengaruh Lanjutan nilai perusa..... 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Yeni Paramita Setianingsih, Ananta Wikrama Tungga Atmaja, Gede Adi Yuniarta (2014), " Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Dan Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Dan Nilai Perusahaan ".	X1 : <i>Good Corporate Governance</i> , X2 : <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Y : <i>Nilai Perusahaan</i>	Kuantitatif	1. Secara parsial GCG berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan. 2. Secara parsial CSR berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. 3. Secara parsial GCG berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. 4. Secara parsial CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. 5. Secara simultan GCG dan CSR berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan.
5	Ararat dkk (2016) <i>The effect of corporate governance on firm value and profitability: Time-series evidence from Turkey</i>	corporate governance (X1), firm value (Y1), profitability (Y2)	Deskriptif Kuantitatif	1. The channels through which governance affects market value 2. The effect of governance at the business group level – rather than the firm level – on firm value and profitability.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Perbedaannya adalah pada penelitian ini dengan penelitiannya Fitri Dan Herwiyanti (2014) yaitu pada faktor profitabilitas, Widayarsi, dkk (2015) pada penelitiannya sama-sama menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman akan tetapi peneliti menggunakan tahun periode 2017-2018, Ghaesani (2015) penelitiannya menggunakan variabel ukuran perusahaan, peneliti menggunakan *good corporate governance*, dan Setianingsih (2014) penelitiannya tidak menggunakan variabel profitabilitas peneliti menggunakannya.

## **2.2 Landasan Teori**

Pada bagian landasan teori akan dijelaskan mengenai beberapa teori yang menjelaskan variabel penelitian. Beberapa teori tersebut berkaitan dengan definisi *good corporate governance*, *corporate social responsibility* maupun *profitabilitas*, serta beberapa teori lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

### **2.2.1 Teori Legitimasi**

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari

perusahaan dari masyarakat (Hadi, 2010 dalam Putri dan Christiawan, 2014). Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (*going concern*).

Teori legitimasi merupakan suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut teori ini, untuk diterima oleh masyarakat, perusahaan harus mengungkapkan aktivitas sosial perusahaan sehingga akan menjamin keberlangsungan hidup perusahaan. (Reverte, 2009: 353).

### **2.2.2 Teori Stakeholder**

*Stakeholders theory* berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholders*. Berdirinya sebuah perusahaan tentunya diharapkan dapat memberikan manfaat dan keuntungan bagi setiap pemangku kepentingan perusahaan. Eksistensi perusahaan tidak akan pernah ada jika keberadaannya tidak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Pengelolaan bisnis seharusnya memperhatikan aspirasi dan kepentingan *stakeholder* agar dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang punya daya saing dengan perusahaan lain.

Menurut Hasan (2015:74), pemangku kepentingan dalam suatu organisasi adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi..

### 2.2.3 Signaling Theory

Signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi *investor* tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham dan Houston dalam Ghaesani, 2016: 3).

Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik.

### 2.2.4 Teori Agensi

Teori agensi atau sering juga disebut dengan teori keagenan karena mampu menjelaskan hubungan antara *principal* (pemberi wewenang) dalam hal ini adalah investor dengan agen (penerima wewenang) dalam hal ini adalah manajer. Dalam hubungan keagenan terdapat konflik kepentingan antara *principal* dan agen yang terjadi karena kemungkinan agen bertindak tidak sesuai dengan kepentingan *principal*, sehingga muncul adanya biaya keagenan (*agency cost*) (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Setyorini dan Suranta, 2015). Pihak manajemen (agen) diwajibkan untuk memberikan laporan periodik atas kinerjanya kepada *principal*, kemudian *principal* akan menilai kinerja agennya berdasarkan laporan keuangan yang disampaikannya (Benardi et al, 2009 dalam Setyorini dan Suranta, 2015), sehingga laporan keuangan

dapat dijadikan sebagai sarana transparansi dan akuntabilitas atas kinerja perusahaan (agen) kepada principal. Mekanisme *good corporate governance* sebagai sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan diharapkan dapat memberikan kepercayaan kepada manajemen dalam rangka mengelola kekayaan para pemegang saham, sehingga dapat meminimalisir konflik kepentingan yang terjadi antara principal (pemegang saham) dan agen (manajemen) (Waryanto, 2010).

#### **2.2.5 Nilai Perusahaan**

Menurut Widyasari dkk (2015) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Sedangkan menurut Ghaesani (2016) nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Sehingga, nilai perusahaan merupakan nilai pasar perusahaan atau nilai jual perusahaan apabila perusahaan tersebut dijual yang dikaitkan dengan harga saham dan probabilitas, dan dijadikan dasar

untuk menilai tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang juga tinggi.

Pengukuran Nilai Perusahaan Menurut Sudana (2011:23) terdiri dari :

a) Price Earning Ratio (*PER*)

Rasio ini untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham. Semakin besar *PER*, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. *PER* dapat dihitung dengan rumus:

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

b) Price to Book Value (*PBV*)

Menurut Prayitno dalam Afzal (2012) Price to Book Value (*PBV*) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. *PBV* juga menunjukkan seberapa jauh

suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV juga dapat berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan overvalued (di atas) atau undervalued (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadianto, 2009).

Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

#### c) Tobin's Q

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston dan Copeland, 2004). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumusnya sebagai berikut :

$$Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan

MVE = Nilai pasar ekuitas (jumlah saham beredar × *closing price*)

DEBT = (Utang lancar – aset lancar) + nilai buku persediaan +  
utang jangka panjang

TA = Nilai buku total asset

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh Professor Tobin, rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi. Menurut Smithers dan Wright (2007) dalam Asmarani (2014). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembangan dari setiap dolar investasi inkremental. Jika Tobin's Q > 1, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika Tobin's Q < 1, investasi dalam aktiva tidaklah menarik. Jadi Tobin's Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya..

## **2.2.6 Good Corporate Governance**

### **2.2.6.1 Pengertian Good Corporate Governance**

*Forum for Corporate Governance* (FCGI) dalam publikasi pertamanya menggunakan definisi *Cadbury Committee*, yaitu:

Seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan (Retno, 2012).

#### **2.2.6.2 Indikator-indikator *Good Corporate Governance***

Good Corporate Governance menggunakan indikator dewan komisaris, komite audit, manajemen dan pemegang saham (Wahidahwati, 2010).

##### **1. Dewan Komisaris**

###### **a. Ukuran Dewan Komisaris**

Menurut UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Dewan Komisaris adalah Organ Perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada Direksi. Dewan komisaris dalam suatu perusahaan lebih ditekankan pada fungsi *monitoring* dari implementasi kebijakan direksi dan kinerja manajer. Dewan komisaris terdiri dari komisaris yang terafiliasi dan komisaris independen.

###### **b. Komisaris Independen**

Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006 dalam Widyati, 2013: 238).

Keberadaan komisaris independen telah diatur Bursa Efek Jakarta melalui peraturan No. Kep-305/BEJ/07-2004 tanggal 19 Juli 2004. Dikemukakan bahwa perusahaan yang *listed* di Bursa harus mempunyai komisaris independen yang secara profesional sama dengan jumlah saham yang dimiliki pemegang saham minoritas. Persyaratan dalam peraturan ini, jumlah minimal komisaris independen adalah 30% dari seluruh anggota dewan komisaris.

#### c. Kepemilikan Saham Komisaris

Teori Keagenan mengemukakan bahwa keberadaan komisaris yang memiliki saham perusahaan dapat meningkatkan aspek pengawasan dewan komisaris karena mereka juga tidak menginginkan bahwa investasi mereka dalam perusahaan tidak menghasilkan kemakmuran bagi mereka (Ariesta, 2012: 32).

Komisaris yang memiliki saham dimaksudkan dapat mewakili kepentingan *investor* lain yang berkeinginan mendapatkan *return* atas investasi mereka. Teori keagenan juga menjelaskan bahwa dewan komisaris yang memiliki saham pada perusahaan akan memberikan motivasi yang besar dalam menunjang pengawasan yang lebih efektif terhadap direksi.

d. Kualitas Audit

Berdasarkan Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) bahwa audit yang dilaksanakan *auditor* dapat dikatakan berkualitas jika memenuhi ketentuan atau standar *auditing*. Standar *auditing* mencakup mutu profesional, *auditor* independen, pertimbangan yang digunakan dalam pelaksanaan audit dan penyusunan laporan *auditor*.

Laporan keuangan yang diaudit oleh *auditor* KAP *The Big Four* menurut beberapa referensi dipercaya lebih berkualitas sehingga menampilkan nilai perusahaan yang sebenarnya, oleh karena itu diduga perusahaan yang diaudit oleh KAP *The Big Four* (Price Waterhouse Cooper – PWC, Deloitte Touche Tohmatsu, KPMG, Ernst & Young – E&Y) memiliki tingkat kecurangan yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang diaudit oleh KAP *Non The Big Four* (Annisa, 2012: 126).

## 2. Komite Audit

### a. Ukuran Komite Audit

Ukuran komite audit adalah jumlah seluruh anggota komite audit (Abawayya, 2010 dalam Pembayun, 2012: 29). Jumlah anggota komite audit memiliki kaitan yang erat dengan seberapa banyak sumber daya yang dialokasikan untuk menghadapi permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Komite audit haruslah memiliki jumlah yang memadai untuk mengemban tanggungjawab pengendalian dan pengawasan aktivitas manajemen puncak.

### b. Komite Audit Independen

Komite Audit Independen adalah jumlah komite audit yang independen dalam suatu perusahaan (Pembayun, 2012: 30). Keputusan ketua BAPEPAM No.Kep-29/PM/2004 menyatakan bahwa kedudukan komite audit berada dibawah dewan komisaris dan salah seorang komisaris independen sekaligus menjadi ketua komite audit. Komite audit terdiri dari sekurang-kurangnya satu orang komisaris independen dan sekurang-kurangnya dua orang anggota lainnya berasal dari luar perusahaan. Anggota komite audit dipersyaratkan berasal

dari pihak yang tidak terlibat dengan tugas sehari-hari dari manajemen yang mengelola perusahaan dan memiliki pengalaman untuk melaksanakan fungsi pengawasan secara efektif.

Salah satu dari beberapa alasan utama independensi ini adalah untuk memelihara integritas serta pandangan yang objektif dalam laporan serta penyusunan rekomendasi yang diajukan oleh komite audit, karena individu yang independen cenderung lebih adil dan tidak memihak serta objektif dalam menangani suatu perusahaan (FCGI, 2002).

#### c. Keahlian Komite Audit

Berdasarkan keputusan ketua BAPEPAM No.Kep-29/PM/2004 pada tanggal 24 September 2004, anggota komite audit disyaratkan independen dan sekurang-kurangnya ada satu orang yang memiliki pengetahuan dibidang akuntansi atau keuangan.

Berdasarkan pedoman *corporate governance* FCGI (2002), anggota komite audit harus memiliki pengetahuan yang memadai tentang akuntansi dan keuangan, serta memiliki suatu keseimbangan keterampilan dan pengalaman dengan latar belakang usaha yang luas (Pembayun, 2012: 33).

### 3. Manajemen

#### a. Ukuran Dewan Direksi

Menurut UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 Direksi adalah Organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan baik di dalam maupun diluar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar. Agar pelaksanaan tugas direksi dapat berjalan secara efektif, salah satu prinsip yang perlu dipenuhi adalah komposisi direksi harus sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan secara efektif, tepat dan cepat serta dapat bertindak independen.

#### b. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan yaitu direksi dan komisaris (Wahidahwati dkk, 2015). Kepemilikan manajerial akan mensejajarkan manajer dengan pemegang saham sehingga manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Dengan adanya kepemilikan manajerial

maka manajer akan lebih termotivasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Julianti, 2015: 28).

#### c. Kepemilikan Keluarga

Sebagian besar perusahaan publik di Indonesia dimiliki oleh keluarga. Menurut Anderson dkk, 2003 menyatakan bahwa perusahaan keluarga adalah setiap perusahaan yang memiliki pemegang saham dominan. Sebagai pemilik utama perusahaan, keluarga dapat ikut mengelola perusahaan dan melakukan pengawasan yang maksimal. Pengawasan dan kontrol yang maksimal akan meningkatkan kinerja perusahaan. Adanya tanggung jawab pemilik yaitu keluarga maka keputusan yang diambil akan ditunjukan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Astuti, 2017: 20).

### 4. Pemegang Saham

#### a. Kepemilikan Institusional

Menurut Siregar dan Utama (2005) dalam Widyati (2013: 238) Kepemilikan Institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *investment banking*. Institusi merupakan sebuah lembaga yang memiliki kepentingan besar terhadap investasi yang dilakukan

termasuk investasi saham sehingga biasanya institusi menyerahkan tanggungjawab kepada divisi tertentu untuk mengelola investasi perusahaan tersebut.

### **2.2.6.3 Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance***

Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) yang tertuang pada Pedoman Umum GCG Indonesia (2006) dalam Randy (2013: 3), terdapat 5 asas/prinsip yang menjadi pedoman dalam penerapan *good corporate governance* yaitu antara lain:

1. **Transparansi** (*Transparency*), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.
2. **Kemandirian** (*Independency*), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
3. **Akuntabilitas** (*accountability*), yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.

4. Pertanggungjawaban (*Responsibility*), yaitu kesesuaian didalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
5. Kewajaran (*Fairness*), yaitu keadilan dan kesetaraan didalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penerapan prinsip *good corporate governance* ini untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang efektif dan efisien melalui harmonisasi manajemen perusahaan. Dibutuhkan peran yang penuh komitmen dan independen dari dewan direksi dan dewan komisaris dalam menjalankan kegiatan perusahaan, sehingga menghasilkan kinerja perusahaan yang baik.

## **2.2.7 Corporate Social Responsibility**

### **2.2.7.1 Konsep dan Definisi Corporate Social Responsibility**

“*Commission of the European Communities* (2002) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggungjawab perusahaan dalam mengambil tindakan atas dasar kewajiban hukum dan tujuan bisnis. CSR pada tataran ini berkaitan dengan komponen sosial, lingkungan dan ekonomi. Hal ini dikenal dengan *triple bottom lines*” (Hasan, 2015: 44).

*Triple Bottom Lines* memiliki 3 elemen penting yakni:

1. *Profit* (Keuntungan Perusahaan). Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. *People* (Kesejahteraan Manusia/Masyarakat). Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia, contohnya pemberian beasiswa, pendidikan, kesehatan dan lain-lain.
3. *Planet* (Keberlanjutan Lingkungan Hidup). Perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan hidup untuk menjamin keberlangsungan pembangunan yang berkelanjutan, contohnya penghijauan lingkungan hidup, penyediaan air bersih dll.

Tanggungjawab sosial dilakukan oleh perusahaan bukan karena keterpaksaan dan tekanan dari pihak eksternal, melainkan karena kesadaran bahwa masalah sosial juga menjadi bagian dari masalah perusahaan. Tanggungjawab untuk menyelesaikan masalah sosial dianggap sebagai investasi sosial yang bermanfaat menjaga hubungan yang harmonis dengan pemangku kepentingan, peningkatan citra positif, peningkatan kepercayaan investor dan lain-lain.

“Di Indonesia, permasalahan CSR pada akhirnya secara resmi diatur dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007. Pengaturan CSR melalui perundang-undangan ini dilakukan dengan alasan salah satunya karena pemerintah melihat CSR sebagai bagian dari sarana untuk menanggulangi kesenjangan sosial dan peningkatan kesejahteraan masyarakat” (Fajar, 2013: 157).

#### **2.2.7.2 Tujuan Penerapan Corporate Social Responsibility**

“Tujuan dilakukan kegiatan *corporate social responsibility* adalah untuk menciptakan standar hidup yang lebih tinggi, dengan bersamaan menjaga profitabilitas korporasi, bagi masyarakat baik didalam maupun diluar perusahaan” (Hasan, 2015: 17).

#### **2.2.7.3 Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility**

Pelaksanaan *corporate social responsibility* tidak hanya meningkatkan hubungan baik dengan perusahaan, melainkan dalam kinerja keuangannya dapat meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan tanggungjawab sosialnya dengan baik akan menerima peningkatan permintaan untuk produk mereka berkat reputasi mereka dimata konsumen. Daya saing dan keunggulan kompetitif berupa produk perusahaan tidak lagi hanya didasarkan pada harga, kualitas, dan merek, tetapi juga pada etika bisnis.

Menurut Hasan (2016: 84), menjelaskan bahwa dalam pandangan keunggulan kompetitif, investasi *corporate social*

*responsibility* dapat membantu perusahaan mencapai keberlanjutan bisnis:

1. Investasi *corporate social responsibility* dapat mengurangi risiko bisnis perusahaan, contohnya meliputi perusahaan dapat terhindar dari gangguan masalah sosial, resistensi masyarakat lokal, sanksi hukum bahkan perusahaan dapat terhindar dari boikot konsumen atas produk mereka.
2. *Corporate social responsibility* dapat meningkatkan efisiensi operasional, contohnya meliputi pengelolaan limbah dapat mengurangi biaya pemulihan lingkungan yang telah rusak atau tercemar, penghematan energi dan lain-lain.
3. *Corporate social responsibility* dapat menumbuhkan semangat dan memotivasi karyawan, sehingga mengurangi frekuensi pergantian staff dan absensi. Para karyawan dapat bekerja dengan disiplin dan profesional karena mereka memiliki pandangan positif bahwa perusahaan akan memperhatikan hak mereka.
4. Kinerja sosial yang lebih tinggi dapat meningkatkan penjualan dan biaya premi harga, contohnya meliputi peningkatan jumlah produk karena adanya label *coporate social responsibility*.

### **2.2.8 Profitabilitas**

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Harahap, 2013:304). Profitabilitas penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena melalui profitabilitas dapat menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi akan membuat para *investor* tergiur untuk menanamkan modal pada perusahaan karena tingkat profitabilitas yang tinggi akan menyebabkan *return* saham juga tinggi. Semakin tinggi permintaan saham perusahaan, maka makin tinggi pula harga saham perusahaan dipasar modal sehingga akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan.

Analisis tentang profitabilitas sangat penting bagi pihak kreditor dan *investor* dalam perusahaan. Bagi kreditor, profitabilitas merupakan sumber dari pembayaran bunga dan pokok pinjaman. Sedangkan bagi investor, profitabilitas merupakan salah satu faktor penentu perubahan nilai efek. Operasional variabel profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk *Return On Equity* (ROE) yang merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap total *equity*. Rasio ini menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik. Semakin besar rasio ini, semakin baik suatu perusahaan.

## 2.3 Pengaruh Antar Variabel

### 2.3.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai

#### Perusahaan

Penerapan *good corporate governance* dalam perusahaan dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan efektivitas, ekonomi dan produktivitas yang mempengaruhi terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik akan mendorong para *investor* untuk melakukan investasi pada perusahaan. Banyaknya *investor* yang tertarik akan meningkatkan permintaan investasinya, sehingga harga saham perusahaan akan meningkat. Peningkatan harga saham akan meningkatkan kemakmuran *stakeholders* yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Moeljadi dan Supriyati, 2014: 11).

### 2.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Strategi perusahaan seperti *corporate social responsibility* dapat dilakukan untuk memberikan *image* perusahaan yang baik kepada pihak eksternal. Penerapan *corporate social responsibility* dapat memaksimalkan modal pemegang saham, reputasi perusahaan, dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan (Dianawati, 2016:

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat dengan adanya para *investor* yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para *investor* lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan (Kusumadilaga, 2010: 32).

### **2.3.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.**

Menurut Ghaesani (2016: 15) profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya. Apabila profitabilitas perusahaan tinggi maka calon *investor* dapat melihat sejauh mana perusahaan akan memberikan hasil yang baik sehingga banyak *investor* yang akan menanamkan saham dan nilai perusahaan akan meningkat.

Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usaha dalam jangka

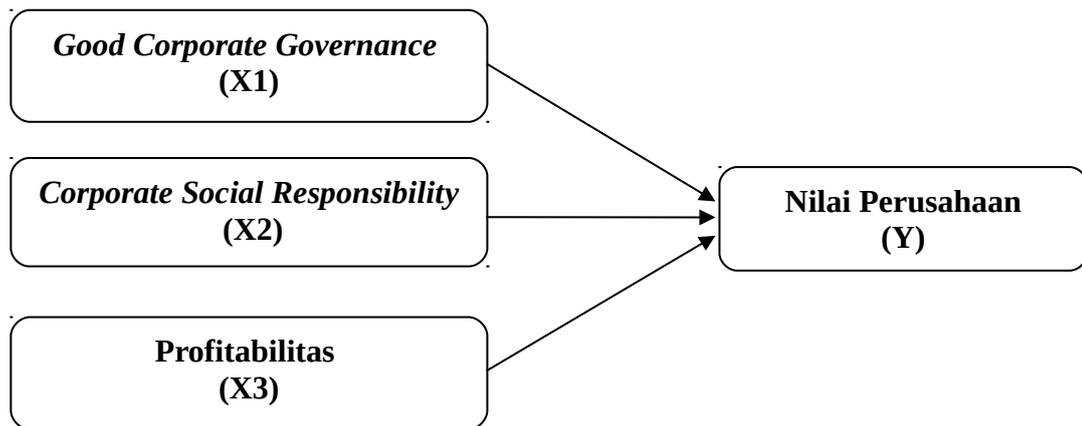
panjang. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar.

Besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas maka semakin baik pula prospek perusahaan dimasa depan, artinya semakin baik nilai perusahaan dimata *investor*

#### **2.4 Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual atau kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting Sugiyono (2012:88)

Jadi kerangka konseptual atau kerangka berfikir merupakan hubungan antar variable yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan landasan teori dan didukung dengan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka konseptual sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Arikunto (2010:110)

Berdasarkan latar belakang, landasan teori disertai dengan bukti empiris penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini mengambil hipotesis :

- H<sub>1</sub> = Terdapat pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.
- H<sub>2</sub> = Terdapat pengaruh *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- H<sub>3</sub> = Terdapat pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.