

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 hasil penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010) Retno Kusuma Dewi, Bambang Widagdo, 2012	Variabel Independen (X): <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Intervening (Z): <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Variabel Dependen (Y): Kinerja Perusahaan	(1) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap <i>Good Corporate Governance</i> (GCG). (2) <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan. (3) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan melalui <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai Variabel Intervening.	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, dimana peneliti menggunakan perusahaan batu bara sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel, yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan kinerja perusahaan.
2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel Independen (X): <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	(1) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, dimana peneliti

	Dengan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEI periode 2015-2017) Tiopan Naek, Lauw Tjun Tjun, 2020	Variabel Dependen (Y): Kinerja Perusahaan Variabel Moderasi (Z): <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	(2) <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan. (3) <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) memoderasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Kinerja Perusahaan.	menggunakan perusahaan batu bara sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel, yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan kinerja perusahaan.
3	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2009-20011) Vesly Novrianti, Riadi Armas, 2012	Variabel Independen (X): <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Variabel Dependen (Y): Kinerja Perusahaan	(1) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diprosikan dengan ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (2) <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) yang terdiri dari Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Direksi, Komisaris Independen dan Ukuran Komite Audit tidak berpengaruh terhadap ROE sebagai proksi Kinerja Perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI.	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, dimana peneliti menggunakan perusahaan batu bara sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel, yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan kinerja perusahaan.
4	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan di	Variabel Independen (X): Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen (Y): Kinerja Perusahaan	(1) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap Return On Asset (ROA) dan <i>Return on Equity</i> (ROE). (2) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel, yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> , kinerja perusahaan dan terletak pada objek penelitian

	BEI periode 2010-2011) A.A. Alit Candrayanthi, I.D.G. Dharma Saputra, 2013		berpengaruh negatif terhadap Net Profit Margin (NPM).	yaitu perusahaan pertambangan batu bara.
5	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Karakteristik <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012) Faizal A.N, Shiddiq N.R, 2014	Variabel Independen (X): <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Karakteristik <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen (Y): Kinerja Perusahaan	(1) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap ROE. (2) Ukuran Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap ROE. (3) Ukuran Dewan Komisaris tidak memiliki pengaruh negatif yang terhadap kinerja ROE. (4) Ukuran Komite Audit berpengaruh positif terhadap ROE.	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, dimana peneliti menggunakan perusahaan batu bara sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel, yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan kinerja perusahaan.
6	The Causal Effect of <i>Corporate Governance</i> on <i>Corporate Social Responsibility</i> , Jo H, 2012	Variabel Independen (X): <i>Corporate Social Responsibility</i> , Variabel Dependen (Y): <i>Good Corporate Governance</i>	(1) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak mempengaruhi <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) (2) <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, dimana peneliti menggunakan perusahaan batu bara sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel, yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> .
7	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> , Dan <i>Good Corporate Governance</i>	Variabel Independen (X): <i>Intellectual Capital</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i>	(1) <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh negatif terhadap Kinerja Perusahaan. (2) <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, dimana peneliti menggunakan perusahaan batu

	Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018) Fransisco Allan, Jullie J Sondakh, Hendrik Gamaliel, 2020.	Variabel Dependen (Y): Kinerja Perusahaan (ROE)	berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. (3) <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan	bara sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel, yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan kinerja perusahaan.
--	---	---	---	--

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

2.2. Kajian Pustaka

2.2.1. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. *Stakeholder* dapat didefinisikan sebagai para pemangku kepentingan yang berupa suatu pihak atau kelompok internal maupun eksternal yang memiliki kepentingan kepada perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. *Stakeholder* perusahaan terdiri dari beberapa pihak yaitu pemegang saham, kreditor, investor, *supplier*, pemerintah, konsumen, karyawan perusahaan dan masyarakat umum sekitar perusahaan.

Duran dan Davor (2004:14) dalam (Ulum 2009) mengemukakan pendapatnya bahwa baik pemegang saham, kreditor, *supplier*, *customer*, pemerintah dan komunitas memiliki peran yang penting didalam sebuah organisasi (berperan sebagai *stakeholder*), untuk itu menjadi keharusan perusahaan dalam mempertimbangkan setiap kepentingan dan juga nilai dari setiap *stakeholdernya*. Teori ini menerangkan bahwa keberlangsungan

perusahaan tergantung bagaimana perusahaan mampu menselaraskan agar setiap kepentingan dari *stakeholder* bisa seimbang.

Teori *stakeholder* memiliki tujuan untuk memberikan bantuan manajemen perusahaan agar kinerja perusahaan semakin meningkat sebagai dampak aktivitas operasional mereka dan meminimalisir hal yang bisa menjadikan rugi para *stakeholdernya*. Teori *stakeholder* memberi penjelasan bahwa sesungguhnya perusahaan bukan hanya beroperasi untuk mementingkan dirinya sendiri, tetapi juga bisa bermanfaat bagi seluruh *stakeholder* (pemegang saham). Dengan hal ini, adanya perusahaan sangatlah dipengaruhi oleh dukungan-dukungan dari para *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Menurut Jones dalam Indrawan (2011:10) menjelaskan bahwa *stakeholder* dibagi dalam dua kategori, yaitu:

1. *Inside stakeholder*, merupakan orang yang berkepentingan pada sumber daya yang ada dalam suatu perusahaan. Karyawan dan juga pemegang saham merupakan bagian dari *inside stakeholder*.
2. *Outside stakeholder*, merupakan orang yang bukan dari pemilik suatu perusahaan, juga bukan pula pemimpin suatu perusahaan ataupun karyawan perusahaan, akan tetapi berkepentingan dengan perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan-keputusan perusahaan. Yang dimaksud dalam *outside stakeholder* terdiri dari pelanggan, pemerintah, pemasok dan masyarakat.

2.2.2. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *Corporate Governance* serta konsep yang menjelaskan hubungan kontraktual

antara *principal* dan *agent*. Dalam hal ini *principal* adalah pemilik atau pemegang saham, sedangkan *agent* adalah manajemen yang mengelola perusahaan. Teori keagenan menekankan akan pentingnya pemisahan kepentingan antara *principal* dan *agent*. 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 *agent*, 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 manajemen laba untuk kepentingan pribadi. Konflik kepentingan antara pemilik dan agen dapat dikurangi dengan adanya mekanisme pengawasan yang dapat menyelaraskan kepentingan yang ada di perusahaan dengan menerapkan *Good Corporate Governance* (Melani dan Wahidahwati, 2017).

Dapat disimpulkan bahwa 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* 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 apa yang dimiliki oleh manajemen.

2.2.3. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas perusahaan untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Menurut Febryani dan Zulfadin, 2003 (dalam Danu Candra, 2011) kinerja perusahaan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan dimanapun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Menurut Melawati et

al., (2015), kinerja perusahaan dapat dijadikan pedoman dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston, 2016 (dalam Fauziah, 2021) bahwa pengukuran kinerja perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan secara periodik, seperti neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas dan laporan perubahan modal yang serentak memberikan suatu gambaran mengenai posisi keuangan perusahaan. Informasi tersebut dapat digunakan investor untuk memperkirakan laba dan dividen untuk masa mendatang dan risiko atas penilaiannya. Maka dari itu pengukuran kinerja perusahaan dari laporan keuangan dapat digunakan sebagai alat ukur pertumbuhan kekayaan pemegang saham (investor).

Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empiric suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang telah dicapai maka dilakukan penilaian kinerja perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dilakukan, karena berdasarkan hasil penelitian ukuran keberhasilan perusahaan selama satu periode tertentu dapat diketahui dan dengan demikian hasil penelitian tersebut digunakan sebagai pedoman bagi usaha untuk perbaikan maupun peningkatan kinerja perusahaan selanjutnya.

Tujuan dari penilaian kinerja perusahaan adalah untuk memotivasi para karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan hasil dan tindakan yang diinginkan. Standar perilaku tersebut berupa kebijakan manajemen atau rencana

formal yang dituangkan dalam anggaran perusahaan. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekankan perilaku yang tidak semestinya dan menegakkan perilaku yang semestinya melalui reward yang diberikan oleh perusahaan dan hasil kinerja. Salah satu alternatif yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah dengan menggunakan ROE (*Return on Equity*), terutama sebagai ukuran kinerja perusahaan yang berbasis operasional.

Menurut Khasanah dan Sucipto (2020), *Return on Equity* merupakan rasio antara laba bersih terhadap total equity. *Return on Equity* bisa disebut juga *rate of return on Net Worth* yaitu keahlian industri dalam menciptakan keuntungan dengan modal sendiri, sehingga ROE ini ada yang menyebut rentabilitas modal sendiri. Menurut Kasmir (2013:134) nilai standar umum rata-rata industri kinerja perusahaan yang diprosikan dengan *Return On Equity* (ROE) mempunyai tingkatan nilai sebesar 40%, jika rasio tersebut mencapai pada nilai 40% maka nilai ROE dapat dikatakan baik.

Alasan dipilihnya ROE sebagai proksi kinerja perusahaan adalah karena ROE memperlihatkan cerminan efisiensi perusahaan dalam menciptakan laba bersih dengan memakai modal sendiri yang berasal dari pemegang saham. Menurut Dewi dan Widagdo (2012), ROE dapat diukur dari laba bersih setelah pajak dibagi total ekuitas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.2.4. *Corporate Social Responsibility*

1. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

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 serta memberikan bantuan dana untuk kesejahteraan masyarakat sekitar. Kegiatan ini bertujuan agar tidak terjadi konflik yang akan berakibat terhadap citra perusahaan, dengan adanya *Corporate Social Responsibility* ini dapat membangun hubungan baik dengan masyarakat, sehingga bisa terbentuk sikap publik yang baik (Latupono dan Andayani, 2015).

Corporate Social Responsibility ini bukan sebuah kesukarelaan, tetapi menjadi tuntutan atau kewajiban bagi perusahaan agar mampu dan berkembang sesuai dengan UU tentang CSR pasal 74 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 menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam merupakan perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam merupakan perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

Keberadaan konsep *Corporate Social Responsibility* merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan yang berguna untuk meminimalisasi

risiko sosial serta fungsi sebagai sarana untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Penerapan program *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik dengan tujuan perilaku pelaku bisnis mempunyai pedoman yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan *stakeholder* yang dapat dipenuhi secara baik dan benar, serta mencegah adanya kesalahan-kesalahan agar segera diperbaiki.

Widyasari *et al*, 2015 (dalam Retno dan Wahidahwati, 2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk tanggungjawab sosial perusahaan dalam meminimalkan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan mampu memberikan sinyal positif kepada investor dan semakin banyak pengungkapan tanggungjawab sosial, semakin baik citra perusahaan.

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Latupono dan Andayani, 2015 menegaskan bahwa setiap perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* dalam kegiatan usahanya akan mendapatkan manfaat utama sebagai berikut:

- a. Mempertahankan reputasi dan citra merk perusahaan
- b. Memperoleh standart operasi secara sosial
- c. Memperkecil risiko dari bisnis perusahaan
- d. Membuka akses sumber daya bagi operasional perusahaan
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas

- f. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
- g. Peluang mendapatkan penghargaan

Menurut Putra dan Muryanto, 2016 dalam menerapkan tanggungjawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu:

- a. Profit

Ketika perusahaan mendapatkan profit, maka perusahaan akan membagikan dividen kepada investor, membagikan beberapa keuntungan yang didapat untuk membiayai pertumbuhan di masa yang akan datang dan memenuhi kewajiban pajak pada pemerintah.

- b. Lingkungan

Dalam memberikan pengawasan terhadap lingkungan yang ada, maka perusahaan sejatinya ikut serta dalam melestarikan lingkungan demi kualitas hidup manusia yang akan lebih baik dalam beberapa waktu yang akan datang. Perusahaan juga ikut serta mengambil bagian di dalam manajemen berencana, mengenai hal ini bukan hanya sekedar memberikan santunan terhadap korban bencana, melainkan ikut berpartisipasi dalam usaha untuk mencegah bencana itu terjadi, serta bisa meminimalisir bencana itu dengan melakukan tindakan preventif untuk mencegahnya.

- c. Sosial atau Masyarakat

Memberikan perhatian kepada masyarakat, dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti melakukan aktivitas dan memberikan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki dalam berbagai bidang. Misalnya, memberikan bantuan untuk pelajar di sekitar area perusahaan,

membangun sarana prasarana kesehatan, pendidikan dan penguatan ekonomi lokal. Dengan adanya CSR perusahaan diharapkan bukan untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi harus memperhatikan kesejahteraan dan standart kehidupan warga serta lingkungan disekitar untuk jangka panjang.

3. Jenis-jenis *Corporate Social Responsibility*

Ada empat komitmen dalam *Corporate Social Responsibility* menurut Pearce dan Robinson, 2016 (dalam Fauziah, 2021):

a. Tanggungjawab Ekonomi (*Economic Responsibilities*)

Tanggung jawab ini adalah tanggung jawab sosial yang paling mendasar. Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi perusahaan, perusahaan harus memaksimalkan laba, dalam menjalankan tanggungjawab ekonomi, perusahaan juga dapat bertanggungjawab secara sosial dengan menyediakan pekerjaan yang produktif bagi Angkatan kerja, membayar pajak untuk pemerintah local, negara bagian dan federal.

b. Tanggungjawab Hukum (*Legal Responsibilities*)

Tanggungjawab 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 (*National Environmental Policy Act*) untuk mempromosikan ekonomi di AS dan membuat perlindungan lingkungan hidup sebagai tujuan kebijakan pemerintah federal.

c. Tanggungjawab Etis (*Ethical Responsibilities*)

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

d. Tanggungjawab Direksi (*Discretionary Responsibilities*)

Tanggung jawab ini merupakan tanggungjawab secara sukarela dilakukan oleh suatu organisasi bisnis. Tanggung jawab 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.

4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sering disebut sebagai *corporate social responsibility disclosure*, *corporate social reporting* dan *social accounting* adalah cara mengkomunikasikan informasi sosial perusahaan kepada *stakeholder*. Dewi dan Sanica, 2017 mengatakan pengungkapan (*disclosure*) 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 tanggungjawab

sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan laporan tahunan yang dipertanggungjawabkan direksi didepan 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 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 yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan online. Dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggungjawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI yaitu 91 item (www.globalreporting.org).

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. Perhitungan indeks CSDI_j dengan dilengkapi pendekatan dummy. Pendekatan dummy adalah setiap item *Corporate Social Responsibility* dinyatakan oleh perusahaan berupa angka 0-1. 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 Wahhidahwati, 2017). Berikut dibawah ini adalah rumus dari perhitungan CSDI_j:

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j=91

Xij : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

5. Alasan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diatas, ada beberapa alasan mengapa *Corporate Social Responsibility* perlu diungkapkan. Menurut Mardiatina Ningsih, 2012 (dalam Ermayanti, 2016) terdapat alasan-alasan yang mendukung konsep tanggungjawab soial perusahaan, 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.

6. Kriteria penilaian *Corporate Social Responsibility*

Untuk melihat penilaian atas *corporate social responsibility* dapat dilihat dari tabel kriteria penilaian dibawah ini dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan laporan *corporate social responsibility* pada perusahaan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- b. Memberikan *score* 1 untuk item yang diungkapkan, dan memberikan *score* 0 untuk item yang tidak diungkapkan dengan menggunakan pendekatan dummy dan diukur berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) yang mencakup sebanyak 91 item.
- c. Menentukan kriteria *corporate social responsibility*

Tabel 2. 2 Kriteria Penilaian *Corporate Social Responsibility*

<i>Corporate Social Responsibility</i>	Kriteria
0,215 – 0,288	Sangat Rendah
0,298 – 0,372	Rendah
0,382 – 0,455	Cukup
0,465 – 0,539	Tinggi
0,594 – 0,622	Sangat Tinggi

Sumber : Nuroniah, 2015.

2.2.5. *Good Corporate Governance*

1. Pengertian *Good Corporate Governance*

Perusahaan sebaiknya menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan perlu dipertahankan, salah satunya melalui tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance*. Terdapat beberapa definisi tentang *Corporate Social Responsibility* (tata kelola perusahaan). *Forum for Corporate Governance in Indonesia* FCGI, 2001 (dalam Heder dan Priyadi, 2017) *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.

Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2004 (KNKG) dalam (Heder dan Priyadi, 2017) mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan guna memberikan nilai tambah pada perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang bagi pemegang saham, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan norma yang berlaku.

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.

Dalam mewujudkan *Good Corporate Governance*, diperlukan adanya dua aspek keseimbangan, yaitu keseimbangan internal dan eksternal. Keseimbangan internal dilakukan dengan cara menyajikan informasi yang berguna dalam evaluasi kinerja, informasi tentang sumber daya yang dimiliki perusahaan, semua transaksi dan kejadian internal, dan informasi untuk keputusan manajemen internal. Sedangkan keseimbangan eksternal dilakukan

dengan cara menyajikan informasi bisnis kepada para pemegang saham, kreditur, bank dan organisasi lainnya yang berkepentingan. Untuk mewujudkan dua aspek keseimbangan tersebut, terdapat lima prinsip dasar praktik *Good Corporate Governance* berdasarkan pedoman Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG), yakni:

a. *Transparansi (Transparency)*

Untuk menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi 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.

b. *Akuntabilitas (Accountability)*

Perusahaan harus 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.

c. *Responsibilitas (Responsibility)*

Perusahaan harus mematuhi peratran perundang-undang serta melaksanakan tanggungjawab terhadap masyarakat dan

lingkungan sehingga dapat terpelihara sesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *Good Corporate Governance*.

d. Independensi (*Independency*)

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

e. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

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

Dalam penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* perlu adanya pengembangan serta pembangunan secara bertahap. Perusahaan harus membangun system dan pedoman tata kelola perusahaan yang akan dikembangkan. Serta para karyawan juga perlu memahami dan memiliki bekal pengetahuan tentang prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* yang akan dijalankan oleh perusahaan.

2. Manfaat *Good Corporate Governance*

Manfaat *Good Corporate Governance* menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* FCGI, 2001 (dalam Heder dan priyadi, 2017) adalah:

- a. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang 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.

3. Tujuan Penerapan *Good Corporate Governance*

Fauziah, 2021 telah menyimpulkan tujuan penerapan *Good Corporate Governance* sebagai berikut:

- a. Memaksimalkan potensi perusahaan untuk menciptakan *value added* sehingga memiliki kemampuan daya saing yang baik terhadap dunia bisnis.
- b. Mendorong perusahaan untuk mengelola bisnis dengan professional, memanfaatkan sumber daya secara efisien sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai secara efektif.
- c. Meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial dan terlibat langsung dalam menjaga lingkungan sekitar.
- d. Mendorong perusahaan untuk berkontribusi lebih terhadap perekonomian nasional.
- e. Meningkatkan iklim dunia bisnis yang kondusif sehingga berdampak pada peningkatan nilai investasi perusahaan.

4. Mekanisme *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance merupakan variabel intervening yang pengukurannya menggunakan pengukuran sesuai dengan (Pujiati, 2012). Kriteria pengukuran dan bobot masing-masing yaitu *Presence of board of*

commissioner (weight 45%), audit committee (weight 20%), management (20%), shareholder (weight 15%).

a. *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.

1) *COM_SIZE (Size of Commisioner / 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 independent dan komisaris afiliasi.

Tabel 2. 3 Ukuran Dewan Komisaris

Range	Score
0 – 3	2
4 – 5	4
6 – 8	6
9 – 11	8
> 11	10

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

2) *COM_IND (Independent Commisioner / Komisaris Independen)*

Komisaris independent 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 independent atau bertindak semata-mata demi kepentingan

perusahaan (Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2004). Proporsi dewan komisaris independent diukur dengan menggunakan indikator presentase anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan terhadap jumlah seluruh anggota dewan komisaris perusahaan.

Tabel 2. 4 Ukuran Komisaris Independen

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

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

3) *%COM_OWN (Ownership Commisioner / Kepemilikan Komisaris)*

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

Tabel 2. 5 Ukuran Kepemilikan Komisaris

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

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

4) *AUD (Big Four / Non Big Four)*

De Angelo (dalam Puspitasari, 2020) menyatakan bahwa kualitas audit yang dilakukan oleh akuntan publik dapat dilihat dari ukuran KAP yang melakukan audit. KAP besar (*big four*) dipersiapkan 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.

Tabel 2. 6 Ukuran Audit big four/non big four

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

b. *AUDIT COMMITTEE* / KOMITE AUDIT (20%)

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

1) *AUD_SIZE* (*Size of Audit committee* / Ukuran Komite Audit)

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

Tabel 2. 7 Ukuran Komite Audit

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

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

2) *AUD_IND* (*Independent Audit committee* / Komite Audit Independen)

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

Tabel 2. 8 Ukuran Komite Audit Independen

Range	Score
0% - 20%	2

21% - 40%	4
41% - 60%	6
61% - 80%	8
81% and above	10

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

3) *FINEXPERT*

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

Tabel 2. 9 Ukuran Finexpert

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

c. *MANAGEMENT* (20%)

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

1) *DIR_SIZE* (Ukuran Dewan Direksi)

Ukuran dewan direksi adalah jumlah keseluruhan anggota dewan direksi.

Tabel 2. 10 Ukuran Manajement

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

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

2) *M_OWN* (*Manajerial Ownership* / Kepemilikan Manajerial)

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

Tabel 2. 11 Ukuran Kepemilikan Manajerial

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

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

3) *Family Relations* (Ada tidaknya hubungan keluarga)

Tabel 2. 12 Ukuran Family

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

d. *SHAREHOLDER* (PEMEGANG SAHAM) (15%)

1) *INST_OWN* (*Institutional Ownership* / Kepemilikan Institusional)

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

Tabel 2. 13 Ukuran *Shareholder*

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

Sumber : Lilik Pujiati, 2013

Perhitungan score *Good Corporate Governance* untuk setiap sampel adalah:

$$GCG = \frac{\text{Skor Yang Diperoleh}}{\text{Skor Tertinggi}} \times \% \text{ Bobot}$$

Total score : Jumlah dari score masing-masing poin.

5. Kriteria penilaian *Good Corporate Governance*

Untuk melihat penilaian atas *good corporate governance* dapat dilihat dari tabel kriteria penilaian dibawah ini dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan laporan *good corporate governance* pada perusahaan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- b. Menentukan indikator *good corporate governance* dari mekanisme kriteria pengukuran dan bobot masing-masing yaitu *Presence of board of commissioner* (weight 45%), *audit committee* (weight 20%), *management* (20%), *shareholder* (weight 15%).
- c. Menentukan kriteria *corporate social responsibility*

Tabel 2. 14 Kriteria Penilaian *Good Corporate Governance*

<i>Good Corporate Governance</i>	Kriteria
14 – 52,2	Sangat Tidak Baik
52,2 – 36,4	Tidak Baik
36,4 – 47,6	Cukup Baik
47,6 – 58,8	Baik
58,8 – 70	Sangat Baik

Sumber : Sari, 2018.

2.3. Pengaruh Antar Variabel

2.3.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Good Corporate Governance*

Implementasi *Corporate Social Responsibility* tidak lepas dari penerapan konsep *Good Corporate Governance*. Penerapan *Corporate Social Responsibility* telah meningkatkan komitmen perusahaan untuk melaksanakan *Good Corporate Governance*, karena berdasarkan teori *stakeholder* keberhasilan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu indikator dalam mengukur keberhasilan perusahaan.

Menurut Gunawan dan Yeremania. A.P, 2008 tentang keterkaitan *Corporate Social Responsibility* dengan *Good Corporate Governance* dapat diambil kesimpulan bahwa jika *Corporate Social Responsibility* dilaksanakan maka *Good Corporate Governance* akan memadai, karena dengan dilakukannya *Corporate Social Responsibility* pada lingkungan perusahaan maka dapat memberi jaminan kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*) bahwa perusahaan telah melakukan tata kelola perusahaan yang baik.

Hasil penelitian yang mendukung hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan *Good Corporate Governance* adalah penelitian yang dilakukan oleh Retno Kusuma Dewi dan Bambang Widagdo (2012) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Good Corporate Governance*.

H1 = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Good Corporate Governance*.

2.3.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Khasanah dan Sucipto (2020), pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan dapat digunakan sebagai asset yang kompetitif dan strategis untuk perusahaan ditengah persaingan dunia bisnis. Dengan adanya Undang-undang No. 40 tahun 2007 turut mendorong kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas dan dilaksanakan secara wajib (mandatory) dan tidak lagi bersifat sukarela (voluntary). Dengan kata lain manajemen perusahaan saat ini sudah menyadari bahwa *Corporate Social Responsibility* bukan hanya sekedar kegiatan, namun merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan teori *stakeholder*, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Dalam hubungannya dengan investor akan menilai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial lebih aman dalam melakukan investasi.

Dengan pelaporan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan akan dipandang sebagai perusahaan yang memiliki jiwa sosial tinggi, sehingga investor sebagai *stakeholder* akan lebih tertarik berinvestasi di perusahaan. Semakin banyak investor yang masuk, maka pendapatan atau income perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini menyebabkan aktivitas

Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian yang mendukung hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Retno Kusuma Dewi dan Bambang Widagdo (2012), Tiopan Naek dan Lauw Tjun Tjun (2020), Faizal Adi Nugroho dan Shiddiq Nur Rahardjo (2014), A.A Alit Candrayanthi dan I.D.G Dharma Saputra (2013) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H2 = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

2.3.3. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Kinerja Perusahaan

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

Kinerja perusahaan ditentukan sejauh mana keseriusannya dalam menerapkan *Good Corporate Governance*. Semakin tinggi penerapan *Good Corporate Governance* maka semakin tinggi pula tingkat ketaatan perusahaan dan menghasilkan kinerja perusahaan yang baik. Dengan penerapan *Good Corporate Governance* maka proses pengambilan keputusan akan berlangsung

secara baik sehingga akan menghasilkan keputusan yang optimal dan dapat meningkatkan efisiensi serta terciptanya budaya kerja yang lebih sehat (Tjondro dan Wilopo, 2011).

Berdasarkan teori keagenan, dengan menerapkan praktik *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan kinerja perusahaan, mengurangi resiko yang mungkin dilakukan oleh dewan dengan keputusan yang menguntungkan sendiri dan umumnya *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya yang berdampak pada kinerjanya. Hal ini *Good Corporate Governance* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian yang mendukung hubungan antara *Good Corporate Governance* dengan kinerja perusahaan adalah penelitian yang dilakukan Tiopan Naek dan Lauw Tjun Tjun (2020), Retno Kusuma Dewi dan Bambang Widagdo (2012), Fransisco Allan dan Jullie J Sondakh (2020) yang menunjukkan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H3 = *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

2.3.4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan melalui *Good Corporate Governance* sebagai variabel intervening

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya akan selalu berhadapan dengan pihak *stakeholder* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen serta masyarakat. Dalam kegiatannya, *Corporate Social Responsibility* merupakan bagian dari *Good Corporate Governance* atau tata kelola

perusahaan yang baik, maka dengan adanya *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* diharapkan mampu menaikkan kinerja perusahaan.

Dalam teori *stakeholder* memiliki tujuan untuk memberikan bantuan manajemen perusahaan agar kinerja perusahaan semakin meningkat sebagai dampak aktivitas operasionalnya, meminimalisir hal-hal yang bisa menjadikan rugi para *stakeholdernya* dan juga dalam teori *stakeholder* memberi penjelasan bahwa sesungguhnya perusahaan bukan hanya beroperasi untuk mementingkan dirinya sendiri tetapi juga dapat bermanfaat bagi seluruh *stakeholdernya* (pemegang saham).

Dengan adanya *Corporate Social Responsibility*, perusahaan akan dipandang sebagai perusahaan yang memiliki jiwa sosial tinggi, sehingga investor sebagai *stakeholder* akan lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan. Semakin banyak investor yang masuk maka pendapatan atau income perusahaan akan semakin meningkat. Dan selain itu dengan adanya *Good Corporate Governance* yang baik akan mempengaruhi kinerja perusahaan, sehingga investor akan tertarik dalam berinvestasi. Hal ini *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui *Good Corporate Governance* sebagai variabel intervening.

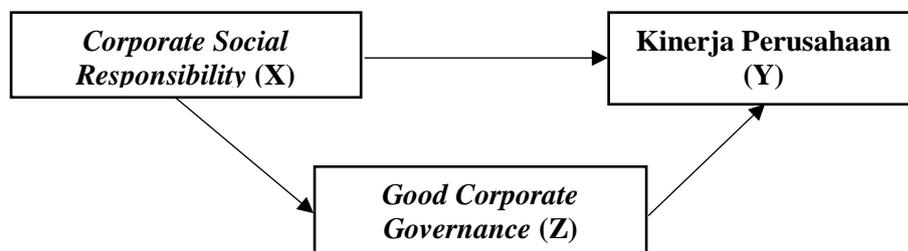
Hasil penelitian yang mendukung hubungan antara *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan melalui *Good Corporate Governance* sebagai variabel intervening adalah penelitian yang dilakukan Retno Kusuma Dewi dan Bambang Widagdo (2012) yang menunjukkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap

Kinerja Perusahaan melalui *Good Corporate Governance* sebagai variabel intervening.

H4 = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan melalui *Good Corporate Governance* sebagai variabel intervening.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan hubungan atau kaitan antara konsep satu dengan konsep lainnya dari masalah yang akan diteliti. Kerangka pemikiran ini menggambarkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independent terhadap Kinerja Perusahaan sebagai variabel dependen melalui *Good Corporate Governance* sebagai variabel intervening. Kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran

2.5. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan dugaan sementara, karena belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat dibuat beberapa hipotesis terhadap permasalahan sebagai berikut:

H₁ = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Good Corporate Governance*.

H₂ = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

H₃ = *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

H₄ = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan melalui *Good Corporate Governance* sebagai variabel intervening.