

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai pasar utang ditambah dengan nilai pasar ekuiti. Utang merupakan sebuah janji dari perusahaan peminjam untuk membayar kembali sejumlah uang pada tanggal tertentu. Klaim hak pemegang saham terhadap nilai perusahaan merupakan nilai sisa setelah hak pemegang surat utang dibayarkan. Jika nilai perusahaan kurang dari jumlah yang dijanjikan kepada pemegang surat utang, maka pemegang saham tidak mendapatkan apa – apa. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan oleh harga pasar dari harga yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaa (*financing*), dan manajemen aset. [11]

Pada prinsipnya, sebuah perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan dan laba sebesar – besarnya atau mencari sumber dana dengan seefisien mungkin (bunga yang rendah, berjangka waktu panjang, persyaratan lunak dan lainnya). Dalam perspektif manajemen keuangan, lebih tepat jika dikatakan bahwa tujuan normatif atau tujuan seharusnya dicapai pada manajemen keuangan adalah untuk meningkatkan (memaksimumkan) nilai perusahaan atau memaksimumkan kekayaan pemilik atau pemegang saham perusahaan. Namun tujuan perusahaan untuk meningkatkan atau memaksimumkan nilai perusahaan tidaklah berarti perusahaan tersebut mengabaikan tanggung jawab sosial. [12]

Berdasarkan sudut pandang teoritis, perusahaan seharusnya menerima semua proyek yang menghasilkan lebih dari tingkat pengembalian yang diminta. Dengan melakukan hal ini, perusahaan akan meningkatkan harga pasar per lembar saham biasanya karena telah memanfaatkan berbagai proyek yang akan memberi pengembalian lebih besar dari yang dibutuhkan untuk mempertahankan harga pasar per lembar saham sekarang. Proposisi ini berasumsi bahwa perusahaan sesungguhnya

dapat meningkatkan modal, dalam batasan yang wajar, pada tingkat pengembalian yang diminta tertentu. Tentu saja, jumlah modal tidak terbatas tidaklah tersedia tanpa adanya biaya. Akan tetapi, kebanyakan perusahaan akan terlibat dalam proses yang kurang lebih berkelanjutan dalam mengembalikan keputusan untuk melakukan pengeluaran modal serta untuk membiayai berbagai pengeluaran ini. Berdasarkan asumsi – asumsi ini, perusahaan seharusnya menerima semua proposal yang menghasilkan lebih banyak dari proposal yang tingkat pengembalian yang dimiliki dan meningkatkan modal untuk membiayai berbagai proposal semacam ini sedekat mungkin dengan biaya yang sesungguhnya. Tidak ada keraguan bahwa terdapat kondisi yang memperumit penggunaan aturan ini. Akan tetapi, secara umum kebijakan ini harus cenderung memaksimalkan harga pasar saham perusahaan dalam jangka panjang. Jika perusahaan merasiokan modal dan menolak berbagai proyek yang menghasilkan lebih dari tingkat pengembalian yang diminta, maka kebijakan investasi perusahaan, secara otomatis, kurang dari optimal. Pihak manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan bagi para pemegang saham dengan menerima berbagai proyek bernilai yang ditolak oleh perusahaan. [13]

Penelitian ini menggunakan Rasio q (Tobins'q) sebagai proksi untuk menghitung nilai perusahaan. Rasio q didefinisikan sebagai nilai pasar dari modal ditambah utang yang berbunga dibagi dengan biaya pengganti saat ini dari aktiva bersih perusahaan. Aktiva bersih artinya akumulasi penyusutan dan utang tanpa bunga dikurangkan ke total aktiva kotor. Rumus menghitung Tobins'q : [14]

$$Q = \frac{EMV+D}{EBV+D} \quad (2.1)$$

Keterangan :

Q : Nilai perusahaan

EMV : Nilai pasar ekuitas (closing price x jumlah saham yang beredar)

D : Nilai buku dari total utang

EBV : Nilai buku dari ekuitas, diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan total kewajiban

Nilai perusahaan merupakan suatu ukuran yang telah dicapai oleh perusahaan. Tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan. Dalam menanamkan modalnya biasanya para investor lebih memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik. Sehingga dengan adanya nilai perusahaan, maka perusahaan akan lebih berusaha dalam meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

2.1.2 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility sebagai bentuk perhatian dari organisasi bisnis yang mulai memperhitungkan aspek lain diluar proses internal organisasi atau manajemen organisasi maupun masyarakat mulai berkembang konsep-konsep yang menuntut peran organisasi bisnis. *Corporate Social Responsibility* sebagai komunikasi organisasi perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat merupakan sebuah ide dan gagasan, dimana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. Tetapi juga dihadapkan pada *Corporate Social Responsibility* harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain ekonomi adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan suatu perusahaan hanya akan terjamin, apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. Lingkungan sosial yang nyaman akan mendukung berjalannya operasional perusahaan. Itu harus menjadi pertimbangan bagi perusahaan agar dapat beroperasi dengan baik.

Berbagai bentuk program-program sosial yang dapat dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk masyarakat sekitar perusahaan diantaranya dengan melakukan kegiatan:

1. Charity (Perbuatan Amal)

Program *charity* adalah kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan bantuan sukarela kepada kelompok atau masyarakat yang membutuhkan. Biasanya yang mendapatkan kegiatan sosial ini adalah kelompok atau masyarakat

yang hidup berdekatan dengan operasional perusahaan dan sangat susah untuk dibagikan secara merata. Kegiatan ini biasanya dalam bentuk kegiatan kedermawanan, tanpa harus melakukan survei terlebih dahulu ke masyarakat sebagai penerima program.

Melalui program *charity* ini dapat menciptakan ketergantungan masyarakat terhadap berbagai kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga jika dilakukan secara terus menerus program *charity* ini dapat mengakibatkan kemalasan bagi masyarakat. Namun sisi positif dari program *charity* adalah sangat baik untuk meningkatkan citra dan reputasi positif bagi perusahaan.

2. *Community Development* (Pembangunan Masyarakat)

Program *community development* bertujuan untuk pemberdayaan dan kemajuan masyarakat, sehingga dampak yang dirasakan masyarakat adalah jangka panjang. Kemajuan pada setiap aspek kehidupan masyarakat, baik dibidang ekonomi, sosial budaya maupun aspek kehidupan lain sehingga tercapai kesejahteraan, melalui pembangunan kehidupan manusia sebagai individu dan sebagai anggota komunitasnya dengan cara mengembangkan pandangan yang progresif, kemandirian, dedikasi terhadap tujuan komunitas dan kerja sama.

Melakukan program *Corporate Social Responsibility* secara rutin dan berkesimbangan untuk masyarakat memberikan manfaat dan dampak positif bagi perusahaan. Salah satu keuntungan dari *Corporate Social Responsibility* adalah meningkatnya citra positif perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu kegiatan positif yang dilakukan perusahaan, dan tentu saja bila perusahaan melakukan kegiatan positif serta bermanfaat untuk banyak pihak, perusahaan akan mendapatkan feedback yang positif pula. [15]

Indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini adalah mengacu pada indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*). Indikator GRI terdiri 91 item pengungkapan fokus pengungkapan, yaitu *economic, environment, social, labour practices, human rights, society, dan product responsibility*. Berikut adalah tabel dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. [16]

Tabel 2.1 Indikator CSR Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI			
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan	
	EC2	Implikasi financial dan resiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim	
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti	
Keberadaan Pasar	EC4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah	
	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan	
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang diperkerjakan dari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan	
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan	
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak	
Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan	
KATEGORI LINGKUNGAN			
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume	
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang	
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi	
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi	
	EN5	Intensitas energi	
Air	EN6	Pengurangan konsumsi energy	
	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi	
	EN8	Total pengambilan air bersadarkan sumber	
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air	
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali	
	Keberagaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati diluar kawasan lindung
		EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati diluar kawasan lindung
Emisi	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan	
	EN14	Jumlah total spesies dalam iuen red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi oleh operasional, berdasarkan tingkat resiko kepunahan.	
	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)	
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)	
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)	
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)	
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)	

Tabel 2.1 Sambungan**KATEGORI LINGKUNGAN**

Efluen dan Limbah	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOx, SOx, dan emisi udara signifikan lainnya
	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot soal limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
Produk dan Jasa	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
Kepatuhan	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

KATEGORI SOSIAL**SUB-KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA**

Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja

Tabel 2.1 Sambungan**KATEGORI SOSIAL****SUB-KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA**

	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok, usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan alokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

SUB KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA

Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	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
Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Kebebasan Berserik dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserik dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif

Tabel 2.1 Sambungan

SUB KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA		
Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen	HR9	Jumlah total dan presentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan an tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB KATEGORI : MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat local
Anti Korupsi	SO3	Jumlah total persentase operasi yang dinilai terhadap resiko terkait dengan korupsi dan resiko yang signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
Kebijakan Publik	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan

Tabel 2.1 Sambungan

SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	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
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
Komunikasi Pemasaran	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa
Kepatuhan		

Apabila item pengungkapan informasi dalam laporan tahunan maka diberi skor 1 dan apabila item tidak mengungkapkan informasi dalam laporan tahunan maka diberi skor 0. Perhitungan indeks luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dirumuskan sebagai berikut : [3]

$$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{N_j} \quad (2.2)$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

N_j : Jumlah item untuk perusahaan

X_{ij} : Dummy variable 1= jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan memperhatikan lingkungan sosial dan lingkungan sekitar. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk kegiatan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Perlunya kegiatan *Corporate Social Responsibility* dikarenakan *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan citra positif kepada perusahaan sehingga *Corporate Social Responsibility* dapat menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan “...a systems-oriented view of organization and society... permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organization, the state, individuals and group”. Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Sejalan dengan karakternya yang berdekatan dengan ruang dan waktu, legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat dimana perusahaan berada. Perubahan nilai dan norma sosial dalam masyarakat sebagai konsekuensi perkembangan peradaban manusia juga menjadi motivator perubahan legitimasi perusahaan disamping juga dapat menjadi tekanan bagi legitimasi perusahaan. Legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. [17]

Teori legitimasi ini biasanya digunakan oleh suatu perusahaan terhadap lingkungan sosial karena dalam teori ini menjelaskan mengenai perusahaan yang lebih berpihak kepada masyarakat. Dengan adanya teori legitimasi maka perusahaan dan masyarakat saling memiliki hubungan antar sesama. Apabila salah satu pihak merasa dirugikan maka akan terjadi ketidaksesuaian sehingga menyebabkan legitimasi perusahaan terancam.

2.1.2.2 Teori Stakeholders

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemilik (*Shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Fenomena seperti ini terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal. *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja lingkungan perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

“.....(*stakeholder are*) individuals and group who have legitimate claim on the organization to participate in the decision making proses simply because they are affectet by the organization's practices ,policies and actions.” Batasan *stakeholder* tersebut mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*.

Pada hakikatnya *stakeholder theory* mendasarkan diri pada asumsi, antara lain :

- 1) *The corporation has relationship with many constituency groups(stakeholder) that effect and are affected by its decisions.*
- 2) *The theory is concerned with nature of these relationship interms of both processes and autcomes for the firm and its stakeholder.*
- 3) *The interest of all (legitimate) stakeholder have intrinsic value, andno set of interest is assumend to dominate the others.*

4) *The theory focuses on managerial decision making.*

Berdasarkan pada asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu usaha dan jaminan *going concern*. [17]

Teori *Stakeholder* ini merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Dimana perusahaan bukan hanya memikirkan kepentingan perusahaan namun kepentingan para pemegang saham atau masyarakat dengan melaksanakan kewajiban sosial. Dengan adanya teori *Stakeholder* maka akan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat.

2.1.2.3 Teori Kontrak Sosial

Pada dasarnya bentuk dan dasar lingkungan sosial bersifat apolitical, dimana pelaku sosial memiliki tanggung jawab untuk mematuhi hukum alam yang sudah teratur. Keteraturan hukum alam tersebut, masyarakat berkewajiban memelihara lewat kontrak sosial untuk mencegah individu agar tidak menyimpang dan melanggar hukum tersebut. Alam bukanlah wujud dari konflik, melainkan memberikan hak kebebasan bagi individu – individu untuk berbuat secara kreatif. Kontrak sosial dibuat sebagai media untuk mengatur tatanan (pranata) sosial kehidupan masyarakat. “...social contract which was designed to explain-and therefore legitimate-the relationship between and individual and society and its government.” Pendapat tersebut mengandung makna bahwa secara *volunter* individu harus menaati perintah, sementara pemerintah harus mampu mengatur agar terjadi peningkatan *good citizenship*.

Dalam konteks perusahaan dan *stakeholder*, kontrak sosial mengisyaratkan bahwa perusahaan seharusnya berusaha untuk memastikan bahwa operasinya harus *congruence* dengan ekspektasi masyarakat sehingga dapat dikatakan legitimate. Hal ini sejalan dengan konsep *legitimacy theory* bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan

lingkungan. Konsep kontrak sosial bahwa untuk menjamin kelangsungan hidup serta kebutuhan masyarakat, kontrak didasarkan pada :

- 1) Hasil akhir (*out put*) yang secara social dapat diberikan kepada masyarakat luas.
- 2) Distribusi manfaat ekonomi, social atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki. [17]

Teori kontrak sosial ini merupakan kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan sosial harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sehingga masyarakat memiliki pandangan yang positif terhadap perusahaan.

2.1.3 Good Corporate Governance

Good Corporate Governance adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka; atau dengan kata lain suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. *Good Corporate Governance* sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan peran Dewan Komisaris, peran Direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya serta sebagai suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya, dan penilaian kinerjanya. [10]

Implementasi *Good Corporate Governance* akan dilaksanakan dengan berhasil jika memiliki sejumlah prinsip. Menurut Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia, *Good Corporate Governance* memiliki prinsip sebagai berikut

:

- 1) *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.

- 2) Akuntabilitas (*accountability*), Perusahaan harus dapat memepertanggung jawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukut, dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memeperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.
- 3) Responsibilitas (*responsibility*), Perusahaan harus mematuhi peraturan perundnag-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapatkan pengakuan sebagai *Good Corporate citizen*.
- 4) Independensi (*indepedency*), Untuk melancarkan pelaksanaan *Good Corporate Governance*, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.
- 5) Kewajaran dan kesetaraan (*fairness*), Dalam pelaksanaan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memerhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan atas kewajaran dan kesetaraan. [18]

Diperlukan empat organ tambahan untuk melengkapi penerapan *Good Corporate Governance*, yaitu Komisaris Independen, Direktur Independen, Komite Audit dan Sekretaris Perusahaan (*Corporate Secretary*) (etika bisnis dan profesi) [10]. Dalam penelitian ini, *Good Corporate Governance* diproksikan dengan Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris dan Komite Audit.

Good Corporate Governance merupakan penataan kelola perusahaan oleh pihak internal dan eksternal. Tujuan tata kelola perusahaan ini adalah agar perusahaan berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan perusahaan dan untuk memberikan kepercayaan kepada masyarakat luar. Dalam pelaksanaan *Good Corporate Governance* harus sesuai prinsipnya, dengan adanya prinsip maka perusahaan lebih dipercaya oleh para investor dan meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut.

2.1.3.1 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Instutisional merupakan pendiri atau pemegang saham mayoritas dalam suatu perusahaan. Kepemilikan saham oleh pihak berbentuk institusi, seperti

bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi dan pensiun serta institusi lain dapat mengurangi pengaruh dari kepentingan lain dalam perusahaan seperti kepentingan pribadi manajer. Kepemilikan institusi yang menguasai saham mayoritas tersebut dapat melakukan pengawasan serta pengendalian yang lebih kuat dan efektif terhadap kebijakan manajemen. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengurangi insentif para manajer yang mementingkan diri sendiri melalui tingkat pengawasan yang intens. Kepemilikan institusional dapat menekan kecenderungan manajemen untuk memanfaatkan *discretionary* dalam laporan keuangan sehingga memberikan kualitas laba yang dilaporkan. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga mengurangi tindakan manajemen melakukan manajemen laba. Persentase saham tertentu yang dimiliki oleh institusi dapat mempengaruhi proses penyusunan laporan keuangan yang tidak menutup kemungkinan terdapat akrualisasi kepentingan pihak manajer. [19]

Kepemilikan institusional adalah besarnya jumlah saham yang dimiliki institusi dari total saham beredar. Adanya kepemilikan institusional dapat memantau secara profesional perkembangan investasinya sehingga tingkat pengendalian terhadap manajemen sangat tinggi yang pada akhirnya dapat menekan potensi kecurangan. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aset perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegah terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen. Sehingga kepemilikan institusional menjadi mekanisme yang handal yang mampu memotivasi manajer dalam meningkatkan kinerjanya yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. [9]

Rumus menghitung kepemilikan institusional : [4]

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Saham yang dimiliki institusi}}{\text{Total saham}} \times 100\% \quad (2.3)$$

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan yang bukan dimiliki oleh pihak dalam perusahaan namun kepemilikan yang dimiliki oleh pihak luar. Kepemilikan institusional berhak untuk mengendalikan perusahaan dengan cara

mengawasi aktivitas dalam perusahaan. Kepemilikan institusional biasanya dimiliki oleh perusahaan lain yang membeli saham perusahaan.

2.1.3.2 Dewan Komisaris

Wewenang dari dewan komisaris diatur dalam Bab I Pasal I ayat 6 menyatakan bahwa dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasehat kepada direksi. Terdapat dua pengertian independen terkait dalam komisaris atau direktur independen yaitu pertama, komisaris atau direktur independen adalah seseorang yang di tunjuk untuk mewakili pemegang saham independen (pemegang saham minoritas). Sebagaimana diatur dalam Undang – Undang Perseroan, anggota direksi dan komisaris diangkat dan diberhentikan oleh RUPS, sedangkan keputusan yang diambil dalam RUPS didasarkan atas perbandingan jumlah suara para pemegang saham. Kedua, komisaris atau direktur independen adalah pihak yang ditunjuk tidak dalam kapasitas mewakili pihak mana pun dan semata – mata ditunjuk berdasarkan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan keahlian profesional yang dimilikinya untuk sepenuhnya menjalankan tugas demi kepentingan perusahaan. Komisaris dan direktur independen diangkat semata – mata karena pertimbangan “profesionalisme” demi kepentingan perusahaan. Yang dimaksud dengan kepentingan perusahaan disini adalah kepentingan bagi seluruh pemangku kepentingan, bukan hanya pemegang saham mayoritas atau pemegang saham minoritas.

Tugas, tanggung jawab dan wewenang dewan komisaris dapat diringkas sebagai berikut :

- a. Melakukan tugas dan tanggung jawab pengawasan atas kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada umumnya, dan memberikan nasehat kepada direksi.
- b. Bertanggung jawab renteng secara pribadi atas kerugian perseroan bila yang bersangkutan bersalah atau lalai dalam menjalankan tugasnya.
- c. Bertanggung jawab renteng secara pribadi atas kepailitan perseroan bila disebabkan oleh kesalahan dan kelalaian dalam menjalankan tugas pengawasan dan pemberian nasehat.
- d. Diberikan wewenang untuk membentuk komite yang diperlukan untuk mendukung tugas dewan komisaris. [10]

Rumus menghitung dewan komisaris : [6]

$$Ukuran\ Dewan\ Komisaris = \sum Anggota\ Dewan\ Komisaris \quad (2.4)$$

Dewan komisaris merupakan dewan yang memiliki tanggung jawab besar didalam perusahaan. Didalam dewan komisaris terdapat dewan komisaris independen. Selain dewan komisaris independen, komite audit juga merupakan pembentukan dari dewan komisaris. Dewan komisaris bertanggung jawab atas seluruh kegiatan perusahaan baik internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Sehingga tanggung jawab dari dewan komisaris sangatlah penting bagi perusahaan.

2.1.3.3 Komite Audit

Undang-Undang Perseroan Terbatas Pasal 121 memungkinkan dewan komisaris membentuk komite tertentu yang dianggap perlu untuk membantu tugas pengawasan yang diperlukan. Salah satu komite tambahan yang kini banyak muncul untuk membantu fungsi dewan komisaris adalah komite audit. Munculnya komite audit ini barang kali disebabkan oleh kecenderungan makin meningkatnya berbagai skandal penyelewengan dan kelalaian yang dilakukan oleh para direktur dan komisaris perusahaan besar baik yang terjadi di Amerika Serikat maupun Indonesia yang menandakan kurang memadainya fungsi pengawasan.

Tugas, tanggung jawab dan wewenang komite audit adalah membantu dewan komisaris, antara lain :

- a. Mendorong terbentuknya struktur pengendalian intern yang memadai (prinsip tanggung jawab)
- b. Meningkatkan kualitas keterbukaan dan laporan keuangan (prinsip transparansi)
- c. Mengkaji ruang lingkup dan ketepatan audit eksternal, kewajaran biaya audit eksternal, serta kemandirian dan objektivitas audit eksternal. (prinsip akuntabilitas)
- d. Mempersiapkan surat uraian tugas dan tanggung jawab komite audit selama tahun buku yang sedang diperiksa eksternal audit (prinsip tanggung jawab).

Forum for *Corporate Governance* in Indonesia dan YPPMI Institute menyebutkan syarat – syarat menjadi anggota komite audit adalah :

- a. Komite audit bertanggung jawab kepada dewan komisaris.
 - b. Terdiri atas sekurang – kurangnya 1 (satu) orang komisaris independen dan sekurang – kurangnya 2 (dua) orang anggota berasal dari luar emiten atau perusahaan publik.
 - c. Memiliki integritas tinggi, kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang memadai sesuai latar belakang pendidikannya, serta mampu berkomunikasi dengan baik.
 - d. Salah satu dari anggota komite audit memiliki latar belakang pendidikan keuangan dan akuntansi.
 - e. Memiliki pengetahuan yang cukup untuk membaca dan memahami laporan keuangan.
 - f. Bukan merupakan anggota dalam Kantor Akuntan Publik yang memberikan jasa audit dan/atau non-audit pada emiten atau perusahaan publik yang bersangkutan dalam satu tahun terakhir sebelum diangkat oleh komisaris sebagaimana dimaksud dalam peraturan VIII.A.2. Tentang independensi akuntan yang memberikan jasa audit di pasar modal.
 - g. Bukan merupakan karyawan kunci emiten atau perusahaan publik dalam 1 (satu) tahun terakhir sebelum diangkat komisaris.
 - h. Tidak mempunyai saham baik langsung maupun tidak langsung pada emiten atau perusahaan publik. Dalam hal anggota komite audit memperoleh saham akibat suatu peristiwa hukum, maka dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah diperolehnya saham tersebut wajib mengalihkan kepada pihak lain.
 - i. Tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan emiten, komisaris, direktur. Atau pemegang saham utama.
 - j. Tidak mempunyai hubungan usaha baik langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kegiatan usaha emiten.
 - k. Tidak merangkap sebagai anggota komite audit pada emiten atau perusahaan publik lain pada periode yang sama.
 - l. Sekretaris perusahaan harus bertindak sebagai sekretaris komite audit. [10]
- Rumus menghitung komite audit : [6]

$$\text{Jumlah Komite Audit} = \sum \text{Anggota Komite Audit} \quad (2.5)$$

Komite audit adalah anggota yang dibentuk oleh dewan komisaris dalam hal untuk membantu dalam pengawasan perusahaan. Komite audit bertanggung jawab atas laporan keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan. Laporan keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan dan informasi yang disajikan dalam laporan keuangan sangat penting bagi para investor dalam menilai perusahaan tersebut. Dengan demikian komite audit diperlukan didalam perusahaan.

2.1.4 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut. Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah berkerja secara efektif atau tidak. Rasio profitabilitas juga memiliki tujuan, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;

6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;
7. Dan tujuan lainnya. [20]

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian aset. Rumus menghitung ROA : [21]

$$\text{Hasil Pengembalian atas Aset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100 \% \quad (2.6)$$

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan keuntungan dalam pengembalian aset perusahaan. Pengembalian aset perusahaan berarti perusahaan telah memanfaatkan aset dengan baik. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan laba. perusahaan yang menghasilkan laba berarti tujuan dari perusahaan telah tercapai. Oleh karena itu, profitabilitas dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.2 Review Penelitian Terdahulu

Beberapa review penelitian terdahulu dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 – 2011. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Untuk variabel moderasi profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. [8]

- b. Penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Pemoderasi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 – 2013. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Untuk variabel moderasi profitabilitas mampu memperkuat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* pada nilai perusahaan. [2]
- c. Penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index* pada Periode 2010 – 2013. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial kepemilikan institusional dan dewan direksi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris independen dan komite audit berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. [4]
- d. Penelitian terdahulu dengan judul Profitabilitas sebagai Pemoderasi Pengaruh *Good Corporate Governance* pada Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 – 2013. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Secara simultan *Good Corporate Governance* dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Untuk variabel Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan. [7]
- e. Penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* pada Nilai Perusahaan dengan Moderasi *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode

2009 – 2013. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Secara parsial kepemilikan manajerial, proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk variabel moderating *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memperkuat pengaruh *good corporate governance* pada nilai perusahaan. [5]

- f. Penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007 – 2008. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Secara parsial pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Komite Audit tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Dewan Komisaris berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Dewan Komisaris Independen berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Untuk variabel intervening yakni umur perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. [3]
- g. Penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008 – 2010. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan dewan komisaris, independensi dewan komisaris, dewan direksi, komite audit, *Corporate Social Responsibility*, ROA, ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial ROE berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris, independensi dewan komisaris, komite audit dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. dewan direksi dan ROA berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. [6]

Tabel 2.2 Review Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Arik Novia Handriyani, Andayani (2013)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating	<u>Variabel Dependen :</u> Nilai Perusahaan <u>Variabel Independen :</u> <i>Corporate Social Responsibility</i> <u>Variabel Moderating :</u> Profitabilitas	<u>Secara Simultan :</u> <i>Corporate Social Responsibility</i> dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <u>Secara parsial :</u> Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan <u>Hasil moderasi :</u> Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat memperkuat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.
Igan Darma Made Wirakusuma (2015)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Pemoderasi	<u>Variabel Dependen :</u> Nilai Perusahaan <u>Variabel Independen :</u> <i>Corporate Social Responsibility</i> <u>Variabel Moderating :</u> Profitabilitas	<u>Secara simultan :</u> <i>Corporate Social Responsibility</i> dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <u>Secara parsial :</u> <i>Corporate Sosial Responsibility</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan <u>Hasil moderasi :</u> Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> pada nilai perusahaan.
Kilat Ningtias, Suhadak, Firdausi Nuzula (2014)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<u>Variabel Dependen :</u> Nilai Perusahaan <u>Variabel Independen :</u> a. Kepemilikan Institusional b. Dewan Direksi c. Dewan Komisaris d. Komite Audit	<u>Secara simultan :</u> <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <u>Secara parsial :</u> a. Kepemilikan Institusional dan Dewan direksi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan b. Dewan komisaris independen dan komite audit berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.2 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Luh Wulan Permatasari1, Gayatri (2016)	Profitabilitas sebagai Pemoderasi Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> pada Nilai Perusahaan	<p><u>Variabel Dependen :</u> Nilai Perusahaan</p> <p><u>Variabel Independen :</u> <i>Good Corporate Governance</i></p> <p><u>Variabel Moderating :</u> Profitabilitas</p>	<p><u>Secara simultan :</u> <i>Good Corporate Governance</i> dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p><u>Secara parsial :</u> <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>Hasil moderasi : Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> pada nilai perusahaan.</p>
Ni Karlina Prastuti, I Gusti Nyoman Budiasih (2015)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> pada Nilai Perusahaan dengan Moderasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p><u>Variabel Dependen :</u> Nilai Perusahaan</p> <p><u>Variabel Independen :</u> a. Kepemilikan Institusional b. Komite Audit c. Kepemilikan Manajerial d. Proporsi Dewan Komisaris Independen</p> <p><u>Variabel Moderating :</u> <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p><u>Secara simultan :</u> <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p><u>Secara parsial :</u> a. Kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan b. Kepemilikan manajerial dan Proporsi dewan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p><u>Hasil moderasi :</u> <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mampu memperkuat pengaruh <i>good corporate governance</i> pada nilai perusahaan.</p>
Titi Surhati, Sabar Warsini, Nedsal Sixpria (2011)	Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<p><u>Variabel Dependen :</u> Nilai Perusahaan</p> <p><u>Variabel Independen :</u> a. <i>Corporate Social Responsibility</i> b. Dewan Komisaris c. Dewan Komisaris Independen d. Komite Audit.</p> <p><u>Variabel Intervening :</u> a. Umur Perusahaan b. Pertumbuhan Penjualan c. Ukuran Perusahaan / Total Aset.</p>	<p><u>Secara parsial :</u> a. <i>Corporate Social Responsibility</i> dan komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan b. Dewan komisaris berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan c. Dewan komisaris independen berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan d. Umur perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai penjualan e. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

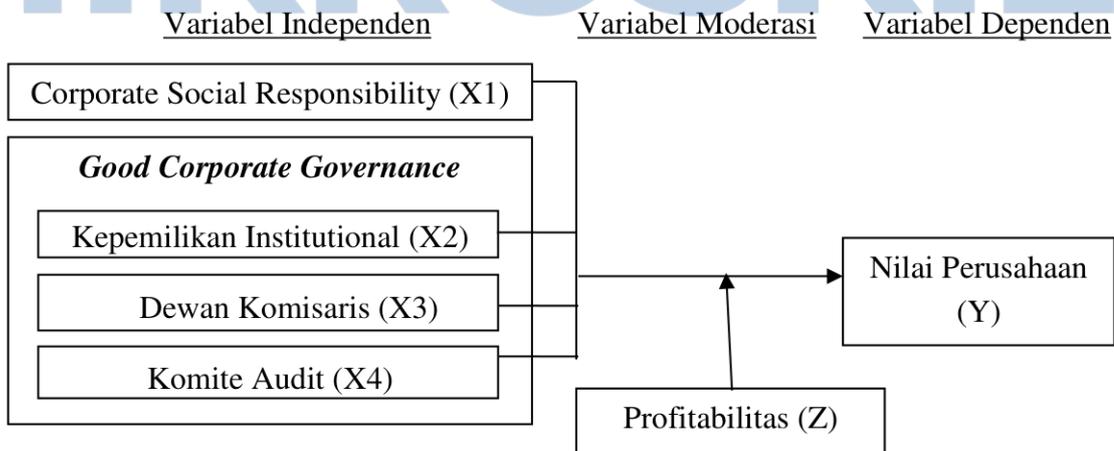
Tabel 2.2 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Wardoyo, Theodora Martina Veron ika (2013)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility,</i> Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	<u>Variabel Dependen :</u> Nilai Perusahaan <u>Variabel Independen :</u> a.Dewan Komisaris b.Independensi Dewan Komisaris c.Dewan Direksi d.Komite Audit e. <i>Corporate Social Responsibility</i> f.ROA g.ROE	<u>Secara simultan :</u> Dewan komisaris, independensi dewan komisaris, dewan direksi, komite audit, <i>Corporate Social Responsibility</i> , ROA, ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan <u>Secara parsial :</u> a.ROE berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan b. Dewan komisaris, independensi dewan komisaris, komite audit dan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan c.Dewan direksi dan ROA berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang diteliti. Adapun faktor yang diteliti yakni variabel dependen nilai perusahaan dan variabel moderasi profitabilitas sedangkan variabel independen *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan institusional, dewan komisaris dan komite audit.

Berdasarkan semua faktor kerangka konseptual disajikan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berikut pengembangan hipotesis dalam penelitian ini :

2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan wujud kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar tempatnya beroperasi. Para investor mengapresiasi informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk pengambilan keputusan sehingga hal tersebut dapat menaikkan nilai perusahaan [5].

Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* pada umumnya akan mengungkapkan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* tersebut dalam laporan keuangan. Pengungkapan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai konsumen dan perusahaan diminati investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. [2]

H_1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

Adanya kepemilikan oleh institusi tentunya akan menambah pihak yang berlatar belakang profesi, pendidikan serta pengalaman dalam perusahaan yang mendorong peningkatan nilai perusahaan [5]. Dengan adanya kepemilikan institusional maka pengawasan dan pengambilan keputusan didalam perusahaan sepenuhnya berada pada pihak investor diluar perusahaan. sehingga adanya kepemilikan institusional dalam perusahaan maka investor diberi kepercayaan atas modal yang ditanamkan dan atas adanya kepercayaan dari investor dapat mendorong nilai perusahaan semakin meningkat. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan [5].

H_2 : Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Nilai Perusahaan

Kepentingan manajer dan pemegang saham dapat diselaraskan oleh adanya dewan komisaris, karena mereka mewakili mekanisme internal utama untuk mengawasi perilaku yang mengeksploitasi peluang atau keuntungan jangka pendek dan mengabaikan keuntungan jangka panjang manajemen sehingga dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan [5]. Dengan adanya dewan komisaris diharapkan perusahaan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam pengendalian perusahaan agar tercapainya tujuan perusahaan. Semakin banyak dewan komisaris dapat meningkatkan nilai perusahaan karena banyaknya jumlah dewan komisaris maka pelaksanaan terhadap operasional perusahaan lebih terkendali. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan. [3]

H₃ : Dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.4 Pengaruh Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Komite Audit bertanggung jawab dalam mengawasi proses pelaporan keuangan dan berfungsi untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan [5]. Komite audit harus menyajikan laporan keuangan secara transparan sehingga tidak terjadinya manipulasi laporan dan informasi yang disajikan lebih akurat. Dengan adanya komite audit dalam perusahaan maka memberikan kepercayaan investor atas laporan dan informasi yang disajikan oleh perusahaan dan atas kepercayaan tersebut dapat mendorong meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. [4]

H₄ : Komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

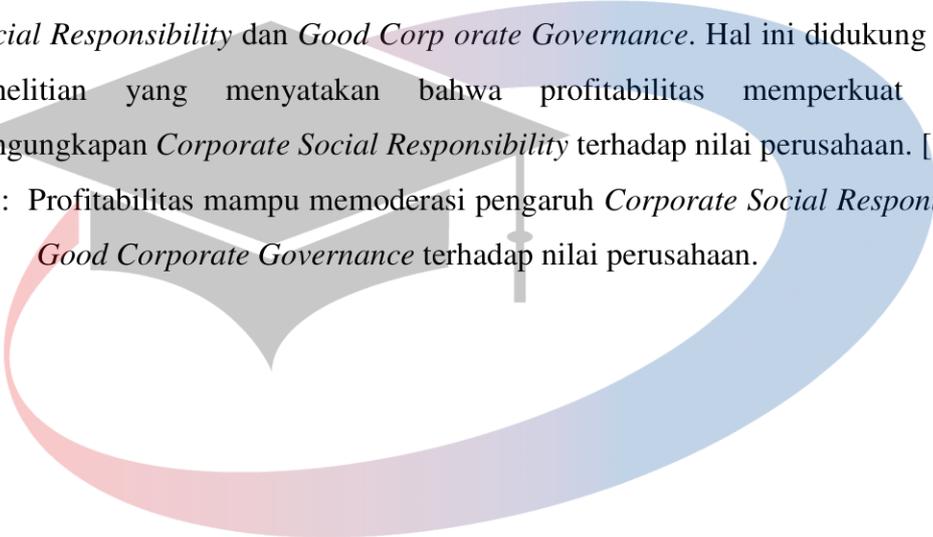
2.4.5 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* pada Nilai Perusahaan Terhadap Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan [2]. Profitabilitas

mampu mendeskripsikan besarnya laba dari modal yang diinvestasikan, yang berarti profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan [7].

Dengan adanya profitabilitas berarti perusahaan mengalami keuntungan dengan keuntungan tersebut perusahaan dapat melakukan tanggung jawab sosial bagi pihak internal maupun eksternal. Bagi para institusi maupun dewan komisaris dalam perusahaan, profitabilitas merupakan suatu apresiasi kinerja yang telah dilakukan. Dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. [2]

H₅ : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL