

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang akan diteliti bertujuan untuk menganalisis mengenai Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang membahas topik serupa yang akan diteliti. Berikut adalah tinjauan hasil penelitian terdahulu:

1. Purwaningsih dan Fadli (2022)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan bukti empiris mengenai pengaruh Kepemilikan Institusional dan Komite Audit terhadap nilai perusahaan. Teknik *Sampling* yang digunakan adalah sampling jenuh (*saturated sampling*) dengan menggunakan perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan Komite Audit dan Ukuran Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

- a) Variabel bebas yang digunakan peneliti sebelumnya sama, yakni *Good Corporate Governance* (GCG).
- b) Terdapat dua proksi GCG yang sama, yakni kepemilikan institusional dan

komite audit.

c) Periode penelitian yang menjadi objek penelitian sama, yakni dalam kurun waktu 2017-2021 (lima tahun).

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

a) Pada penelitian pada penelitian yang akan dilakukan terdapat tambahan pada variabel bebas yakni *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Profitabilitas, sedangkan penelitian terdahulu hanya *Good Corporate Governance (GCG)*.

b) Pada penelitian yang akan dilakukan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021, sedangkan penelitian sebelumnya pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.

c) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik sampling *purposive sampling*, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan *saturated sampling*.

d) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel *dummy* yaitu kondisi pandemi Covid-19 sedangkan penelitian sebelumnya belum dilakukan penelitian karena belum terjadi Covid-19.

2. Saputri dan Giovanni (2021)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 hingga 2018. Teknik *Sampling*

yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014–2018. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

- a) Terdapat satu variabel bebas yang sama, yakni Profitabilitas.
- b) Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu dan sekarang sama, yakni regresi berganda dan teknik *sampling* yang digunakan sama yakni, *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

- a) Pada penelitian terdahulu terdapat variabel bebas profitabilitas sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menambahkan variabel *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
- b) Pada penelitian yang akan dilakukan Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2014–2018.
- c) Indikator profitabilitas yang digunakan dalam penelitian terdahulu menggunakan *Return on Equity (ROE)*, sedangkan untuk penelitian yang akan dilakukan menggunakan *Return on Assets (ROA)*.
- d) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel *dummy* yaitu kondisi pandemi Covid-19 sedangkan penelitian sebelumnya belum dilakukan

penelitian karena belum terjadi Covid-19.

3. Hidayat, Triwibowo, dan Marpaung (2021)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh GCG dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Teknik *Sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan Dewan komisaris independen dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

- a) Terdapat dua variabel bebas yang sama, yakni *Good Corporate Governance* (GCG) dan profitabilitas.
- b) Teknik analisis yang digunakan sama yakni regresi linear berganda.
- c) Terdapat tiga proksi GCG yang sama, yakni komisaris independen, kepemilikan institusional, dan komite audit.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

- a) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan indikator Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan *Price to Book Value* (PBV).
- b) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan sampel perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017-2021 sedangkan

penelitian sebelumnya pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019.

c) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel *dummy* yaitu kondisi pandemi Covid-19 sedangkan penelitian sebelumnya belum dilakukan penelitian karena belum terjadi Covid-19.

4. Revinka (2021)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Nilai Perusahaan pada Sebelas Sektor di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh pandemi Covid-19 terhadap nilai perusahaan pada perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan kesebelas sektornya. Teknik Sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan Perusahaan Perusahaan sebelas sektor, yaitu sektor *energy, basic materials, industrials, consumer non-cyclicals, consumer cyclicals, healthcare, financials, properties and real estate, technology, infrastructures, dan transportation and logistic* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode akhir triwulan pertama hingga ketiga tahun 2019 dan 2020. Teknik analisis yang digunakan adalah *paired t-test, wilcoxon signed-ranks test, (sign test)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan tercatat di BEI.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

a) Menggunakan variabel Covid-19 sebagai variabel yang mempengaruhi variabel terikatnya yakni nilai perusahaan.

b) Periode yang diteliti sama, yakni pada sebelum dan pada saat pandemi Covid-19.

c) Teknik *sampling* digunakan sama, yakni *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

a) Pada penelitian yang akan dilakukan terdapat variabel GCG, CSR, dan profitabilitas sedangkan pada penelitian terdahulu hanya menggunakan Covid-19.

b) Pada penelitian yang akan dilakukan Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021. Pada penelitian sebelumnya Perusahaan sebelas sektor, yaitu sektor *energy, basic materials, industrials, consumer non-cyclicals, consumer cyclicals, healthcare, financials, properties and real estate, technology, infrastructures*, dan *transportation and logistic* yang terdaftar pada BEI periode akhir triwulan pertama hingga ketiga tahun 2019 dan 2020.

c) Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan *paired t-test, wilcoxon signed-ranks test, (sign test)*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan regresi berganda.

5. Radja dan Artini (2020)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2019)”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Teknik *Sampling* yang

digunakan adalah *sampling* jenuh (*saturated sampling*) dengan menggunakan perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

- a) Terdapat satu variabel bebas yang sama, yakni profitabilitas.
- b) Indikator profitabilitas yang diukur adalah *Return on Assets* (ROA).
- c) Teknik analisis yang digunakan sama, yakni regresi linier berganda.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

- a) Pada penelitian yang akan dilakukan terdapat variabel *Financial Performance* yang belum spesifik namun indikatornya sama yakni probabilitas (ROA), sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan spesifik yakni profitabilitas.
- b) Pada penelitian yang akan dilakukan Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021, sedangkan penelitian sebelumnya pada periode 2017-2019.

6. Hasibuan dan Wirawati (2020)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kinerja Keuangan, *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2017-2019)”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kinerja keuangan, *good corporate governance*, dan *corporate social*

responsibility terhadap nilai perusahaan. Teknik Sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas, GCG, dan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

- a) Terdapat dua variabel bebas yang sama, yakni *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b) Indikator *Financial Performance* yang diukur adalah profitabilitas (ROA).
- c) *Sample* penelitian yang digunakan sama, yakni pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

- a) Pada penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis regresi data panel, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik analisis regresi berganda.
- b) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan sampel perusahaan di industry *Food and Beverages* yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017-2021 sedangkan penelitian sebelumnya pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019.
- c) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel *dummy* yaitu kondisi pandemi Covid-19 sedangkan penelitian sebelumnya belum dilakukan penelitian karena belum terjadi Covid-19.

7. Masruroh (2020)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan. Teknik Sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2017. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

- a) Terdapat variabel bebas yang sama, yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b) Teknis analisis yang digunakan sama, yakni regresi linear berganda.
- c) Teknik *sampling* yang digunakan sama, yakni *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

- a) Pada penelitian yang akan dilakukan terdapat variabel probabilitas dan *Good Corporate Governance*, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya *Corporate Social Responsibility*.
- b) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan sampel perusahaan di industri *Food and Beverages* yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017-2021 sedangkan penelitian sebelumnya pada industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2017.

c) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel *dummy* yaitu kondisi pandemi Covid-19 sedangkan penelitian sebelumnya belum dilakukan penelitian karena belum terjadi Covid-19.

8. Candradewi (2019)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Good Corporate Governance (GCG) Mechanism* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *good corporate governance mechanism* yang terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, ukuran dewan komisaris dan komite audit, terhadap nilai perusahaan. Teknik *Sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan perusahaan yang sahamnya terdaftar dalam indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, ukuran dewan komisaris dan komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

- a) Terdapat variabel bebas yang sama, yakni *Good Corporate Governance (GCG)*.
- b) Teknik analisis yang digunakan sama yakni regresi linear berganda.
- c) Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*

d) Terdapat tiga proksi GCG yang sama, yakni komisaris independen, kepemilikan institusional, dan komite audit.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

a) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan sampel perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021 sedangkan penelitian sebelumnya pada perusahaan yang sahamnya terdaftar dalam indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016.

b) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel *dummy* yaitu kondisi pandemi Covid-19 sedangkan penelitian sebelumnya belum dilakukan penelitian karena belum terjadi Covid-19.

9. Widyasari, Suhadak, dan Husaini (2015)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2011-2013)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh GCG dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Teknik *Sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kepemilikan institusional, kualitas audit, dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah:

- a) Terdapat dua variabel bebas yang sama, yakni *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b) Teknik analisis yang digunakan sama yakni regresi linear berganda.
- c) Terdapat tiga proksi GCG yang sama, yakni komisaris independen, kepemilikan institusional, dan komite audit.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya:

- a) Pada penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel *Good Corporate Governance* (GCG) dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menambahkan variabel profitabilitas.
- b) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan sampel perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017-2021 sedangkan penelitian sebelumnya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013.
- c) Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel *dummy* yaitu kondisi pandemi Covid-19 sedangkan penelitian sebelumnya belum dilakukan penelitian karena belum terjadi Covid-19.

Tabel 2.1
RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU DAN SEKARANG

Peneliti (Tahun)	Tema (Topik/Judul)	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Sample Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
Salsabila dan Jati (2022)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG), <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Masa Pandemi Covid-19	Menguji pengaruh secara parsial maupun secara simultan <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> , dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada masa pandemi Covid-19.	Variabel bebas: <i>Good Corporate Governance</i> (GCG), <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), dan Profitabilitas Variabel terikat: Nilai Perusahaan Variabel <i>dummy</i> : Pandemi Covid-19	Perusahaan subsektor <i>Food and Beverages</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021	Regresi Linier Berganda	-
Purwaningsih dan Fadli (2022)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	Mengumpulkan bukti empiris mengenai pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) terhadap nilai perusahaan.	Variabel bebas: <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Variabel terikat: Nilai Perusahaan (<i>firm value</i>)	Perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021	Regresi Linier Berganda	Komite Audit dan Ukuran Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
Saputri dan Giovanni (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Likuiditas terhadap nilai perusahaan	Mengetahui pengaruh antara profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 hingga 2018.	Variabel bebas: Profitabilitas, Pertumbuhan perusahaan, dan Likuiditas Variabel terikat: Nilai Perusahaan	Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018	Regresi Linier Berganda	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hidayat, Triwibowo, dan Marpaung (2021)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan	Menganalisis pengaruh GCG dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.	Variabel bebas: <i>Good Corporate Governance</i> dan Kinerja Keuangan Variabel terikat: Nilai Perusahaan	Perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019	Regresi Linier Berganda	Dewan komisaris independen dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Rhevinka (2021)	Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Nilai Perusahaan pada Sebelas Sektor di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Mengukur pengaruh pandemi Covid-19 terhadap nilai perusahaan pada perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan kesebelas sektornya.	Variabel Bebas: Covid-19 Variabel terikat: Nilai Perusahaan	Perusahaan sebelas sektor, yaitu sektor <i>energy, basic materials, industrials, consumer non-cyclicals, consumer cyclicals, healthcare, financials, properties and real estate, technology, infrastructures, dan transportation and logistic</i> yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode akhir triwulan pertama hingga ketiga tahun 2019 dan 2020.	<i>Paired t-test</i> dan <i>Wilcoxon signed-ranks test (sign test)</i>	Pandemi Covid-19 berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan tercatat di BEI.
Radja dan Artini (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2019)	Menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan.	Variabel Bebas: Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> Variabel terikat: Nilai Perusahaan	Perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.	Regresi Linier Berganda	Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasibuan dan Wirawati (2020)	Pengaruh Kinerja Keuangan, <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan <i>Food and Beverages</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2017-2019).	Menjelaskan pengaruh kinerja keuangan, <i>good corporate governance</i> , dan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	Variabel bebas: Kinerja Keuangan, <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> . Variabel terikat: Nilai Perusahaan.	Perusahaan sektor <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019.	Regresi Data Panel	Profitabilitas, GCG, dan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Masruroh (2020)	Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (<i>Corporate Social Responsibility</i>) terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI	Menganalisis pengaruh mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan.	Variabel bebas: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel terikat: Nilai Perusahaan	Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2017	Regresi Linier Berganda	Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
Candradewi (2019)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) <i>Mechanism</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia	Menganalisis pengaruh <i>good corporate governance mechanism</i> yang terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, ukuran dewan komisaris dan komite audit, terhadap nilai perusahaan.	Variabel bebas: <i>Good Corporate Governance</i> Variabel terikat: Nilai Perusahaan	Perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016.	Regresi Linier Berganda	Kepemilikan Institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
Widyasari, Suhadak, dan Husaini (2015)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2011-2013)	Mengetahui pengaruh GCG dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.	Variabel bebas: <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel terikat: Nilai Perusahaan	Perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2013	Regresi Linier Berganda	Kepemilikan institusional, komite audit, dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Salsabila dan Jati (2022), Purwaningsih dan Fadli (2022), Saputri dan Giovanni (2021), Rhevinka (2021), Radja dan Artini (2020), Hasibuan dan Wirawati (2020), Masruroh (2020), Hidayat, Triwibowo, dan Marpaung (2021), Made Reina Candradewi (2019), dan Widyasari, Suhadak, dan Husaini (2015)

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemilik yang disebut dengan “*principal*” dengan manajemen sebagai “*agent*” yang merupakan pihak yang dikontrak oleh pemilik melandasi adanya penerapan *Good Corporate Governance* (Wardoyo, Rahmadani dan Hanggoro, 2021). Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menjelaskan bahwa definisi hubungan keagenan yaitu suatu kontrak antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agent*) dimana pemilik (*principal*) mendelegasikan sebagian kewenangan kepada manajer (*agent*) untuk melaksanakan kegiatan perusahaan dan kewenangan untuk mengambil keputusan. Pendelegasian wewenang tersebut mengakibatkan manajer lebih banyak memiliki informasi dibandingkan pemilik yang menimbulkan perbedaan tujuan antara pihak pemilik (*principal*) dan juga pihak manajemen (*agent*).

Manajemen dan pemilik seharusnya memiliki tujuan serta visi dan misi yang sama demi memaksimalkan nilai perusahaan. Namun, ketika kedua belah pihak memiliki kepentingan yang berbeda dimana masing-masing ingin mencapai kemakmuran yang dikehendaki, maka munculah konflik yang dikenal dengan istilah konflik keagenan (*agency conflict*). Konflik ini diakibatkan karena pihak *agent* lebih mementingkan tujuan pribadi, yang berdampak dalam pengambilan keputusan yang cenderung memfokuskan pada laba tinggi dalam jangka pendek, dibandingkan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dalam jangka

panjang yang merupakan tujuan dari pihak *principal*. Konflik antar *principal* dan *agent* akan dapat dikurangi dengan mensejajarkan kepentingan antara *principal* dan *agent*. Jika terjadi hal tersebut, maka perusahaan sangat membutuhkan tata kelola yang baik (*good corporate governance*) yang memiliki tujuan untuk mendorong pengelolaan perusahaan yang terbuka serta akuntabilitas. Para pemegang saham mempunyai kesempatan mengkaji keputusan yang diambil dan juga menilai keefektifan keputusan yang diambil oleh perusahaan.

2.2.2. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*Signaling Theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1974) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Teori sinyal merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini juga memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan untuk pihak eksternal dilandasi pada terdapatnya asimetri informasi antar manajemen perusahaan dan pihak eksternal (Bergh et al., 2014). Perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi terkait operasional perusahaan dan

prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, *underwriter*, dan pengguna informasi lainnya. Oleh karena itu, untuk menanggapi permasalahan tersebut dan mengurangi asimetri informasi yang terjadi maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar yang dilakukan melalui laporan keuangan perusahaan yang didalamnya terdapat informasi keuangan perusahaan yang kredibel atau dapat dipercaya dan akan memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan perusahaan kedepannya. Sinyal tersebut berupa informasi yang menjelaskan tentang upaya manajemen dalam mewujudkan keinginan pemilik. Informasi tersebut dianggap sebagai indikator penting bagi investor dan pelaku bisnis dalam mengambil keputusan investasi

Teori Signal menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik akan dengan sengaja memberikan sinyal ke pasar, agar pasar dapat membedakan kualitas perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya (Hartono, 2005). Informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan dan diterima oleh investor, akan diinterpretasikan dan dianalisis terlebih dahulu apakah informasi tersebut dianggap sebagai sinyal positif (berita baik) atau sinyal negatif (berita buruk) (Jogiyanto, 2010:392). Jika informasi tersebut bernilai positif berarti investor akan merespon secara positif dan mampu membedakan antara perusahaan yang berkualitas dengan yang tidak, sehingga harga saham akan semakin tinggi dan nilai perusahaan meningkat. Namun, jika investor memberikan sinyal negatif menandakan bahwa keinginan investor untuk berinvestasi menurun dimana akan mempengaruhi penurunan nilai perusahaan.

2.2.3. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori *Stakeholder* memberikan isyarat bahwa perusahaan harus memberi perhatian kepada *stakeholder*, karena *stakeholder* dapat memberikan pengaruh dan dipengaruhi oleh perusahaan pada aktivitas dan kebijakan yang dilaksanakan. *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Purbawangsa et al., 2015). *Stakeholder* perusahaan terdiri atas berbagai pihak yaitu pemegang saham, investor, kreditor, pemerintah, pelanggan, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum. Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* yang dapat dilakukan dengan memberikan informasi kinerja perusahaan baik dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pengungkapan *corporate social responsibility* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* dan agar dapat dukungan dari para *stakeholder* untuk keberlangsungan perusahaan (Safitri, Oemar dan Santoso, 2018). Adanya dukungan dan kinerja *stakeholder* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena investor yakin bahwa dengan kinerja dan dukungan para *stakeholder* dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

2.2.4. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori ini adalah teori yang mendasari pengungkapan CSR. Teori legitimasi

menyamakan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan perusahaan merupakan tindakan yang diinginkan, pantas dan sesuai dengan sistem norma, kepercayaan, nilai, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995:572). Legitimasi merupakan sistem perusahaan yang mengutamakan keberpihakan kepada masyarakat. Masyarakat merupakan pihak yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan harus memelihara hubungan baik dengan masyarakat dan lingkungan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dimana perusahaan menjalankan aktivitasnya. Perusahaan sebaiknya memberikan sesuatu yang diinginkan masyarakat dan sesuai dengan nilai dan harapan masyarakat. Legitimasi ini dapat mendukung tujuan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan harus yakin bahwa sistem dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Salah satunya melalui tanggung jawab sosial. CSR memiliki tujuan mensejahterakan masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan yang melakukan CSR diharapkan mendapatkan respon positif dari masyarakat, sehingga meningkatkan citra perusahaan yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan harga saham dan nilai perusahaan.

2.2.5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang jelas terlihat kaitannya dengan harga saham (Sambora, Handayani dan Rahayu, 2014). Harga saham yang tinggi otomatis akan menyebabkan nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi tentu akan menyebabkan pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini tapi juga pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan tingginya nilai perusahaan juga akan diikuti oleh meningkatnya kemakmuran pemegang saham (Brigham & Gapensi, 2006). Nilai perusahaan di mata investor dan kreditur penting untuk diketahui karena akan memberikan sinyal positif di mata investor untuk menanamkan modalnya pada suatu perusahaan, sedangkan bagi pihak kreditur nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar utangnya sehingga para kreditur tidak merasa khawatir untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan juga merupakan pencapaian suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat setelah perusahaan melalui proses dalam waktu lama, yaitu dari perusahaan didirikan sampai sekarang (Denziana & Monica, 2016). Menurut Franita (2016) nilai perusahaan adalah harga yang dapat dijual dengan kesepakatan harga yang akan dibayar oleh pembeli. Tingginya harga saham akan meningkatkan juga nilai perusahaannya dan kemakmuran investor akan semakin tinggi. Rendahnya harga saham juga berpengaruh pada nilai perusahaan yang rendah juga yang berakibat pada anggapan investor terhadap perusahaan yang kurang baik (Agustina, 2017). Hal ini dikarenakan

harga saham merupakan gambaran dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya yang dapat dipengaruhi oleh peluang investasi. Meidiawati dan Mildawati (2016) menyatakan bahwa dengan adanya peluang investasi akan memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa depan yang dapat meningkatkan harga saham. Menurut Sembiring & Trisnawati (2019), terdapat beberapa metode yang dapat digunakan pada pengukuran nilai perusahaan, antara lain sebagai berikut:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio PER mencerminkan banyak pengaruh yang kadang-kadang saling menghilangkan yang membuat penafsirannya menjadi sulit. Semakin tinggi resiko, semakin tinggi faktor diskonto dan semakin rendah rasio PER. Rasio ini menggambarkan apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. PER dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}} \dots\dots\dots(1)$$

2. *Price to Book Value* (PBV)

Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Adapun dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book Value per Share}} \dots\dots\dots(2)$$

3. Rasio Tobin's Q

Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston, 2001). Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Adapun dirumuskan sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV + \text{Total Hutang})}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(3)$$

2.2.6. *Good Corporate Governance* (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) adalah sebuah sistem dan tata kelola perusahaan yang didalamnya mengatur antara manajemen dengan seluruh pemilik kepentingan perusahaan (*stakeholders*) seperti kreditor, *supplier*, konsumen, pekerja, pemerintah dan masyarakat luas. *Good Corporate Governance* merupakan kumpulan hubungan antara pihak manajemen perusahaan, *board*, pemegang saham dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam perusahaan (Habibullah, 2021). Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) adalah mengenai sistem, proses dan peraturan yang mengatur hubungan antara pihak-pihak yang berkepentingan. *Good Corporate Governance* juga dapat diartikan sebagai sebuah sistem dan struktur untuk mengolah perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham serta memenuhi kebutuhan berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan seperti kreditor, *supplier*, konsumen pemerintah dan

masyarakat.

Prinsip GCG yang tercantum sesuai dengan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara PER-01/MBU/2011 Tentang penerapan GCG pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), meliputi:

(a) Transparansi (*Transparency*)

Prinsip transparansi informasi harus diungkapkan secara tepat waktu dan akurat. Informasi yang diungkapkan antara lain keadaan keuangan, kinerja keuangan, kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Audit yang dilakukan atas informasi dilakukan secara independen. Keterbukaan dilakukan agar pemegang saham dan orang lain mengetahui keadaan perusahaan sehingga nilai pemegang saham dapat ditingkatkan.

(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) Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

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

(d) Kemandirian (*Independency*)

Prinsip ini menuntut para pengelola perusahaan agar dapat bertindak secara yang ditentukan dalam undang-undang maupun peraturan perusahaan.

(e) Kesetaraan (*Fairness*)

Kesetaraan (*fairness*) merupakan cara perusahaan memperlakukan para *stakeholdersnya* yaitu karyawan, *supplier*, konsumen dengan tetap menjaga dan mempertahankan hubungan yang berkesinambungan. Cara yang biasa digunakan perusahaan dalam menjaga hubungan tersebut yaitu melalui perayaan natal bersama dengan para *stakeholders* yang terlibat dalam proses berjalannya bisnis perusahaan konstruksi. Sedangkan dalam memperlakukan para *shareholdersnya* yaitu melalui hubungan kekerabatan dan kekeluargaan. Kesetaraan karyawan atau pekerja di dalam perusahaan, dilihat dari tahapan jenjang karir masing-masing pihak berupa kenaikan jabatan atau tingkat dan kenaikan gaji.

Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) menurut Sutedi (2011) antara lain:

a. Mekanisme eksternal

Mekanisme eksternal dipengaruhi oleh faktor eksternal perusahaan yang meliputi investor, akuntan publik, pemberi pinjaman dan lembaga yang mengesahkan legalitas.

b. Mekanisme internal

Mekanisme internal dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan yang meliputi kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dan komite audit.

1) Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pihak institusi lain yaitu perusahaan atau lembaga lain. Kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang terbentuk institusi seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lain. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses *monitoring* secara efektif. Semakin besar kepemilikan institusi maka akan semakin besar kekuatan suara dan dorongan dari institusi keuangan tersebut untuk mengawasi manajemen dan akibatnya akan memberikan dorongan yang lebih besar bagi manajemen untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan.

Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi tindakan menyimpang dari pihak manajemen. (Morck, Shleifer dan Vishny, 1986) berpendapat bahwa institusional *shareholders*, dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan. Kepemilikan institusional sebagai penyedia dana untuk modal perusahaan mempunyai klasifikasi tertentu dalam menginvestasikan dananya kepada perusahaan. Perusahaan harus memberikan informasi yang handal dan relevan kepada pihak institusi untuk meraih kepercayaan institusi melalui pelaporan keuangan. Terjaminnya kualitas pelaporan keuangan pada perusahaan, hal ini akan berpengaruh pada persentase laba dimasa mendatang sehingga ketika persentase laba perusahaan meningkat, maka akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan.

$$\text{Kepemilikan institusional} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusi}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots(4)$$

2) Komsaris Independen

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya, dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Putri dan Iramani, 2019). Komisaris independen merupakan bagian dari dewan komisaris yang memiliki tugas untuk mengevaluasi dan memberikan pengawasan pada perusahaan (KNKG, 2006). Pada perusahaan melakukan pengukuran komisaris independen dengan cara yaitu presentasi jumlah komisaris independen dibagi dengan total dewan komisaris.

Semakin banyak komisaris independen di dalam perusahaan, maka akan semakin baik perusahaan itu, karena proses pengawasan terhadap laporan keuangan akan semakin baik dan terhindar dari terjadinya kecurangan. Pengawasan yang lebih efektif akan membuat perusahaan makin baik karena akan meningkatkan kinerja manajemen. Kinerja manajemen yang meningkat diharapkan akan meningkatkan produktivitas penjualan perusahaan yang otomatis akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Apabila pendapatan perusahaan meningkat, maka akan menarik investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Semakin banyak investor yang tertarik, maka akan meningkatkan permintaan atas saham, dimana peningkatan permintaan akan saham dapat meningkatkan harga saham. Harga saham bertindak sebagai barometer kinerja

keuangan perusahaan yang sangat penting untuk mengetahui nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Selain hal tersebut, komisaris independen merupakan salah satu karakteristik dewan yang berhubungan dengan kandungan informasi akuntansi. Melalui perannya dalam menjalankan fungsi pengawasan, proporsi dewan komisaris independen dapat mempengaruhi pihak manajemen dalam menyusun laporan keuangan yang lebih reliabel sehingga dapat diperoleh suatu laporan laba yang berkualitas. Laporan keuangan yang reliabel akan membuat investor lebih percaya akan informasi dari laporan keuangan dan dengan demikian berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Lestari dan Triyani, 2017).

$$\text{Komisaris independen} = \frac{\text{Jumlah anggota komisaris independen}}{\text{Jumlah total anggota dewan komisaris}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots(5)$$

3) Komite audit

Komite audit menurut Ikatan Komite Audit (IKAI) merupakan komite yang bekerja setara profesional dan independen yang dibantu oleh dewan komisaris dalam menjalankan fungsi pengawasan atas proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit, dan implementasi dari *good corporate governance* pada perusahaan. Keberadaan dalam komite audit sangat dibutuhkan dalam perusahaan agar dapat membantu dewan komisaris dalam meningkatkan pengawasan terhadap manajemen perusahaan, sehingga dapat menjadi usaha perbaikan terhadap tata cara pengelolaan perusahaan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan peraturan tentang

pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit, pada pasal 4 tertera bahwa “Komite audit paling sedikit terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan Pihak dari luar Emiten atau Perusahaan Publik”(Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Sejalan dengan peraturan tersebut, Dewan Komisaris wajib membentuk komite audit yang beranggotakan sekurang-kurangnya tiga orang anggota yang diangkat dan diberhentikan oleh Dewan Komisaris. Komite audit yang beranggotakan sedikit, cenderung dapat bertindak lebih efisien, namun juga memiliki kelemahan, yakni minimnya pengalaman anggota, sehingga anggota komite audit seharusnya memiliki pemahaman memadai tentang pembuatan laporan keuangan dan pengawas prinsip-prinsip pengawasan internal. Kualifikasi terpenting dari anggota komite audit adalah pada *commonsense*, kecerdasan dan suatu pandangan yang independen (Pohan, 2008). Komite audit yang efektif diharapkan untuk berfokus pada optimalisasi kekayaan pemegang saham dan mencegah maksimalisasi kepentingan pribadi. (Nuresa & Basuki, 2013).

Komite audit diharapkan dapat mengurangi perilaku oportunistik para manajer seperti manajemen laba karena pelaksanaan audit namun bila komite audit tidak memiliki kompetensi dan independensi, maka aktivitas manajemen laba dapat terjadi dalam perusahaan. Salah satu tugas komite audit adalah melakukan audit terhadap kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan yang dilaporkan melalui laporan keuangan. Adanya komite audit pada perusahaan akan meminimalkan manajemen untuk tidak membuat laporan yang tidak sesuai dengan standar maupun kegiatan yang sesungguhnya, seperti

manipulasi angka, sehingga, manajemen akan berusaha semaksimal mungkin menjaga maupun meningkatkan kinerjanya, dengan demikian diharapkan penjualan perusahaan dapat maksimal dan yang dapat meningkatkan laba. Laba yang meningkat akan menjadi sinyal baik bagi investor sekaligus menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan cara membeli saham perusahaan. Semakin banyak permintaan terhadap perusahaan maka harga saham meningkat, harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi, karena harga saham merupakan cerminan dari nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian Debby *et al* (2014), komite audit diukur menggunakan rumus:

$$\text{Komite Audit} = \sum \text{Jumlah anggota audit} \quad \dots(6)$$

2.2.7. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan yang tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomis saja (*shareholders*), tetapi juga kewajiban kepada pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). CSR merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk mewujudkan kinerja jangka panjang perusahaan. Melalui CSR, motivasi perusahaan tidak hanya fokus pada sisi keuangan saja yaitu mencari laba, melainkan juga kesejahteraan lingkungan dan sosial sekitarnya. Jika masyarakat berpikir bahwa perusahaan tidak memperhatikan aspek peningkatan kualitas hidup sekitarnya, namun malah merasakan dampak negatif perusahaan, maka

perusahaan akan memiliki citra yang buruk dimata masyarakat. Hal ini akan mengakibatkan resistensi dari masyarakat yang berpengaruh terhadap kualitas hubungan perusahaan dan masyarakat.

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pengungkapan atau pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI adalah sebuah jaringan organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan. Indikator yang terdapat dalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environment Performance Indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga kerja (*Labor practice Performance Indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human rights Performance Indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*Social Performance Indicator*)
6. Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (*Product responsibility Performance Indicator*)

Global Reporting Initiative (GRI) generasi empat atau disebut G4 dengan total 91 indeks pengungkapan CSR, Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* berdasarkan GRI terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Sehingga pengukuran pada CSR dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n = jumlah item untuk perusahaan j sebesar 91 indikator

$\sum X_{ij}$ = Jumlah pengungkapan CSR perusahaan j (*dummy* variabel)

1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan dengan demikian, $\leq CSRI_j \leq 1$

2.2.8. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas perusahaan (Sartono, 2010:122). Laba adalah salah satu ukuran yang paling sering dijadikan tolak ukur dalam menilai kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki laba yang tinggi dapat disimpulkan memiliki kinerja yang baik yang berdampak meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas diukur dalam beberapa rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan. Terdapat lima rasio profitabilitas yang digunakan, yaitu:

a. *Return On Assets* (ROA)

Return on Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengetahui dan mengevaluasi efektivitas maupun efisiensi manajemen dalam mengelola seluruh aset perusahaan. Semakin besar ROA, maka efisien penggunaan aset dalam menghasilkan laba. Sebaliknya, jika semakin kecil ROA, maka penggunaan aset

dalam menghasilkan laba tidak efisien. ROA dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(8)$$

b. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity (ROE) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham untuk mengetahui dan mengevaluasi efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen. Semakin besar ROE, maka efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen, maka semakin efisien penggunaan modal sendiri tersebut. ROE dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Modal Ekuitas}} \dots\dots\dots(9)$$

b. *Net Profit Margin (NPM)*

Net Profit Margin (NPM) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah dari penjualan perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi dari seluruh bagian, yaitu bagian produksi dan bagian operasional. Semakin tinggi NPM, maka efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen, maka semakin efisien atau semakin baik perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksi maupun operasional. NPM dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots(10)$$

b. *Gross Profit Margin (GPM)*

Gross Profit Margin (GPM) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi dari bagian produksi perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi dari bagian produksi perusahaan. Semakin tinggi rasio GPM maka semakin tinggi efisiensi di bagian produksi. GPM dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin (GPM)} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots(11)$$

b. *Operating Profit Margin (OPM)*

Operating Profit Margin (OPM) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih atau operasi sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi dari bagian operasional perusahaan. Semakin tinggi OPM, maka semakin efisien kegiatan di bagian operasional. OPM dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Operating Profit Margin (OPM)} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots(12)$$

2.2.9 Covid-19

Pandemi Covid-19 merupakan peristiwa menyebarnya penyakit

coronavirus 2019 yang kemudian disingkat menjadi Covid-19. Penyebaran Covid-19 ini tidak hanya terjadi pada Indonesia saja, melainkan tersebar hampir di seluruh dunia. Sejumlah 3.412.032 kematian akibat Covid-19 atau 2,07% dari jumlah kumulatif kasus terkonfirmasi positif. Akibat tingkat penyebaran dan tingkat keparahannya yang mengkhawatirkan serta perkiraan akan terjadi peningkatan semakin tinggi lagi pada jumlah kasus, jumlah kematian, dan jumlah negara terdampak, *World Health Organization* (WHO) menetapkan Covid-19 sebagai pandemi global pada tanggal 11 Maret 2020 (WHO, 2020). Terkait hal ini, WHO memberikan rekomendasi pembatasan sosial berskala besar (PSBB) diberlakukan di Indonesia melalui penetapan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 pada tanggal 31 Maret 2020. Penerapan PSBB salah satunya berdampak kepada operasional perusahaan karena menyebabkan penurunan, bahkan pemberhentian, aktivitas ekonomi perusahaan selama pandemi (Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, 2020). Dampak dari adanya penerapan PSBB tersebut mengakibatkan perusahaan umumnya dalam keadaan merugi. Hal ini disebabkan oleh adanya penurunan permintaan yang berakibat pada penurunan penjualan yang menyebabkan terjadinya penurunan produksi (Revinka, 2021).

Selain berdampak pada penurunan kinerja keuangan perusahaan, pengaruh Covid-19 juga cenderung negatif yang terjadi di pasar modal. Hal ini dikarenakan investor menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi mengenai dampak yang ditimbulkan oleh Covid-19, baik secara fisik maupun keuangan (Baek et al., 2020). Pandemi Covid-19 membawa pasar modal ke arah yang cenderung negatif

akibat rendahnya sentimen investor terhadap pasar. Hal ini salah satunya dapat dilihat melalui Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) ketika pandemi yang berbeda daripada saat sebelum adanya pandemi (Kefi & Rifa'i, 2020), tepatnya mengalami penurunan (Haryanto, Arthamevia dan Saraswati, 2020). Selain itu, pengaruh pandemi juga terlihat pada penurunan harga saham dan kinerja keuangan perusahaan (Rahmani, 2020). Hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan merupakan persepsi investor atas tingkat keberhasilan perusahaan yang umumnya dikaitkan dengan harga saham (Weston, 1994) Maka dari itu nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh nilai pasar ekuitas yang diperoleh melalui hasil perkalian harga saham dan jumlah saham yang beredar, jika terjadi penurunan harga saham dan kinerja keuangan perusahaan, nilai perusahaan dapat mengalami penurunan pula.

Berdasarkan hal tersebut menjadi dasar dilakukannya penelitian ini dimana Covid-19 termasuk sebagai variabel *dummy* Periode yang diukur adalah pada sebelum pandemi Covid-19 dan pada saat terjadinya Covid-19 dengan pengukuran sebagai berikut:

- 1) Sebelum Pandemi Covid-19 = diberi skor 0
- 2) Pada saat Pandemi Covid-19 = diberi skor 1(13)

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan antara Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Salah satu proksi *Good Corporate Governance* (GCG) adalah

Kepemilikan Institusional. Kepemilikan Institusional merupakan proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga, seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi atau institusi lainnya. Kepemilikan institusional memiliki peran yang sangat penting sebagai *monitoring agent*, yaitu melaksanakan pengawasan optimal terhadap perilaku manajemen dalam menjalankan perannya mengelola perusahaan agar manajer tidak membuat kebijakan pendanaan yang berpotensi merugikan perusahaan dan mengurangi kepuasan pemegang saham (Sugiarto, 2011). Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menciptakan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional, sehingga dapat menghalangi perilaku oportunistik manajer. Selain itu, Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisir konflik keagenan yang terjadi antara pemegang saham dan manajer.

Sesuai dengan adanya teori keagenan, perusahaan memerlukan adanya penerapan kepemilikan institusional di dalam suatu perusahaan. Adanya kepemilikan saham perusahaan oleh investor institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan oleh instansi lain dalam bentuk perusahaan dapat meningkatkan pengawasan yang lebih optimal terhadap para agen (manajer). Perusahaan-perusahaan tersebut berperan sebagai *monitoring agents* yang berperan aktif dan konsisten dalam melindungi investasi dalam perusahaan (Sugiarto, 2011). Dengan adanya pengawasan dari institusi, manajer akan terdorong untuk meningkatkan kinerja, dan pada akhirnya juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional juga merupakan salah

satu cara yang dapat digunakan untuk mengurangi *agency conflict*. Semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional, maka semakin kuat tingkat pengendalian yang dilakukan oleh pihak eksternal terhadap perusahaan sehingga *agency conflict* yang terjadi di dalam perusahaan. Jika tingkat pengendalian yang dilakukan oleh pihak eksternal semakin kuat, maka diharapkan agar dapat meningkatkan kinerja manajemen (Candradewi, 2019). Seiring dengan meningkatnya kinerja manajemen, diharapkan produktivitas juga akan ikut meningkat. Peningkatan produktivitas dari perusahaan dapat dilihat dari kemampuan manajemen menghasilkan laba yang tinggi sehingga menjadi sinyal positif bagi pasar dan akan meningkatkan harga saham. Harga saham yang tinggi bertindak sebagai barometer kinerja keuangan perusahaan yang sangat penting untuk mengetahui nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. dan nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Pada pernyataan tersebut, selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widyasari (2015), Candradewi (2019), serta Sukirni (2012) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Hubungan antara Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya, dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak

semata-mata demi kepentingan perusahaan (Putri dan Iramani, 2019). Komisaris independen merupakan bagian dari dewan komisaris yang memiliki tugas untuk mengevaluasi dan memberikan pengawasan pada perusahaan (Purwaningsih dan Fadli, 2022).

Komisaris independen merupakan salah satu proksi GCG yang implementasinya diharapkan dapat mengurangi terjadinya masalah keagenan (*agency conflict*) yang terjadi diantara pihak manajemen “*agent*” dan pemilik perusahaan “*principal*” dengan melaksanakan tata kelola perusahaan dengan baik. Semakin banyak komisaris independen di dalam perusahaan, Pengawasan yang lebih efektif akan membuat perusahaan makin baik. Pengawasan yang efektif akan meningkatkan kinerja manajemen yang lebih baik yang berpengaruh pada pendapatan laba yang meningkat pula. Pendapatan laba yang meningkat, mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut dapat mengelola keuangan perusahaannya dengan baik, sehingga menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang menanamkan sahamnya pada suatu perusahaan, maka permintaan saham akan meningkat pula sehingga dapat meningkatkan harga saham. Harga saham bertindak sebagai barometer kinerja keuangan perusahaan yang sangat penting untuk mengetahui nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Selain hal tersebut, komisaris independen merupakan salah satu karakteristik dewan yang berhubungan dengan kandungan informasi akuntansi. Melalui perannya dalam menjalankan fungsi pengawasan, proporsi dewan komisaris independen dapat mempengaruhi pihak manajemen dalam

menyusun laporan keuangan yang lebih reliabel sehingga dapat diperoleh suatu laporan laba yang berkualitas. Laporan keuangan yang reliabel akan membuat investor lebih percaya akan informasi dari laporan keuangan dan dengan demikian berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Lestari dan Triyani, 2017).

Pada pernyataan tersebut, selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Nugrahanti (2014) dan Tambunan, Saifi, dan Hidayat (2017) menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.3 Hubungan antara Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan

Komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Di setiap perusahaan pasti mewajibkan adanya komite audit untuk mengevaluasi kinerja disetiap manajemen. Komite audit juga membantu dewan komisaris untuk memastikan bahwa apakah laporan yang disajikan sudah sesuai dengan dasar-dasar akuntansi. Salah satu tugas komite audit adalah melakukan audit terhadap kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan yang dilaporkan melalui laporan keuangan. Dengan adanya komite audit akan meminimalkan manajemen untuk tidak membuat laporan yang tidak sesuai dengan standar maupun kegiatan yang sesungguhnya, seperti manipulasi angka. Dengan demikian manajemen akan berusaha semaksimal mungkin menjaga maupun meningkatkan kinerjanya, dengan demikian diharapkan penjualan perusahaan dapat maksimal dan yang dapat meningkatkan laba. Laba yang meningkat akan menjadi sinyal baik bagi investor sekaligus

menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan cara membeli saham perusahaan. Semakin banyak permintaan terhadap perusahaan maka harga saham meningkat, harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi, karena harga saham merupakan cerminan dari nilai perusahaan. Pada pernyataan tersebut, selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwaningsih dan Fadli (2022), Debby et al. (2014) serta Hasibuan, Gusti dan Wirawati (2020) menyatakan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pembentukan komite audit ini juga diharapkan dapat membantu mengurangi terjadinya konflik agensi (*agency conflict*) dalam perusahaan, karena komite audit memiliki peranan penting sebagai pihak ketiga yang bertugas mengawasi pihak manajemen agar tidak melakukan kecurangan dalam laporan keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan peraturan tentang pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit, pada pasal 4 tertera bahwa komite audit paling sedikit terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan pihak dari luar Emiten atau perusahaan publik (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Sejalan dengan peraturan OJK tersebut, perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kembali komite audit yang akan dibentuk dalam suatu perusahaan. Hal ini disebabkan terdapat beberapa perusahaan membentuk komite audit yang didasari sebatas untuk pemenuhan kewajiban terhadap peraturan yang berlaku saja, sehingga mengakibatkan peran komite audit dalam memonitor kinerja manajemen menjadi kurang efektif.

Good Corporate Governance dikhawatirkan tidak benar-benar ditegakkan

dalam perusahaan, melainkan hanya untuk menghindari sanksi saja. Semakin banyak komite audit yang dibentuk perusahaan, maka akan dapat mengurangi keefektifan kegiatan pengawasan tersebut. Anggota komite audit yang terlalu banyak dapat berakibat kurang baik bagi perusahaan karena akan ada banyak tugas atau pekerjaan yang terpecah sehingga menyebabkan anggota komite audit kurang fokus dalam menjalankan tugasnya dan juga menjadi kurang partisipatif. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Lestari dan Triyani (2017) yang memberikan konfirmasi empiris bahwa Komite Audit berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2.3.1. Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu perusahaan untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksi terhadap *stakeholders*. CSR menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu pemikiran yang melandasi CSR pada saat ini dianggap sebagai kesadaran bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan legal terhadap pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, masyarakat dan pegawai. Nilai perusahaan dapat terjamin pertumbuhan hidup perusahaan apabila perusahaan mampu memperhatikan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap sosial, ekonomi dan lingkungan hidup secara seimbang, karena dengan kemampuan tersebut

antara kepentingan masyarakat, ekonomi dan lingkungan dapat menciptakan hubungan yang baik dan saling memberikan keuntungan. Aspek tersebut tercermin dari pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan sebagai salah satu bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan atas aktivitas-aktivitas. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, diantaranya yaitu konsumen akan semakin menyukai produk perusahaan dan akan diminati oleh para investor. Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial dianggap mampu memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat dan mampu bertanggung jawab atas aktivitas dan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan sekitar. Pelaksanaan praktik CSR akan meyakinkan investor bahwa perusahaan mampu menjamin kelangsungan hidup perusahaan kedepannya dan juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Pada pernyataan tersebut, didukung dengan hasil penelitian Shalihin, Suharman dan Hasyir (2020), Masruroh dan Makaryanawati (2020), serta Hasibuan, Gusti dan Wirawati (2020) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

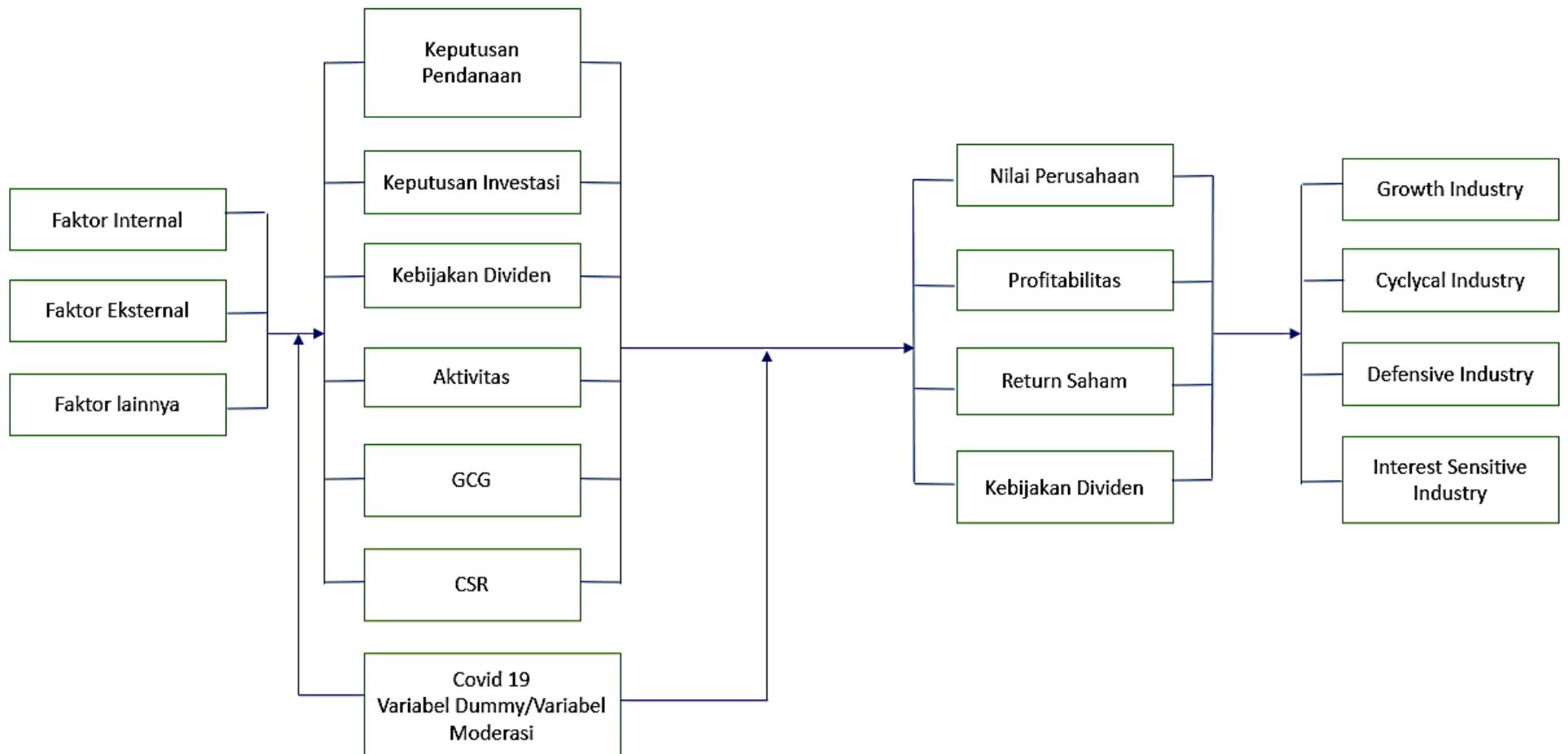
2.3.2. Hubungan antara Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas perusahaan (Sartono, 2010). Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dilandasi dengan adanya teori sinyal (*signalling theory*). Teori sinyal (*signalling theory*) membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal.

Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Asimetri informasi terjadi jika manajemen tidak menyampaikan semua informasi yang diperoleh secara penuh sehingga mempengaruhi nilai perusahaan yang terefleksi pada perubahan harga saham, karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun *non* keuangan. Informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan dan diterima oleh investor, akan diinterpretasikan dan dianalisis terlebih dahulu apakah informasi tersebut dianggap sebagai sinyal positif (berita baik) atau sinyal negatif (berita buruk) (Jogiyanto, 2010). Jika informasi tersebut bernilai positif berarti investor akan merespon secara positif dan mampu membedakan antara perusahaan yang berkualitas dengan yang tidak, sehingga harga saham meningkat. Harga saham yang meningkat, maka permintaan atas saham perusahaan tersebut juga akan meningkat, sehingga dengan kata lain dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika investor memberikan sinyal negatif menandakan bahwa keinginan investor untuk berinvestasi semakin menurun dimana akan mempengaruhi penurunan nilai perusahaan. Hubungan yang positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan dibuktikan oleh hasil penelitian Radja dan Artini (2020), Hasibuan, Gusti dan Wirawati (2020), serta Saputri dan Giovanni (2021) yang menyatakan bahwa rasio profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

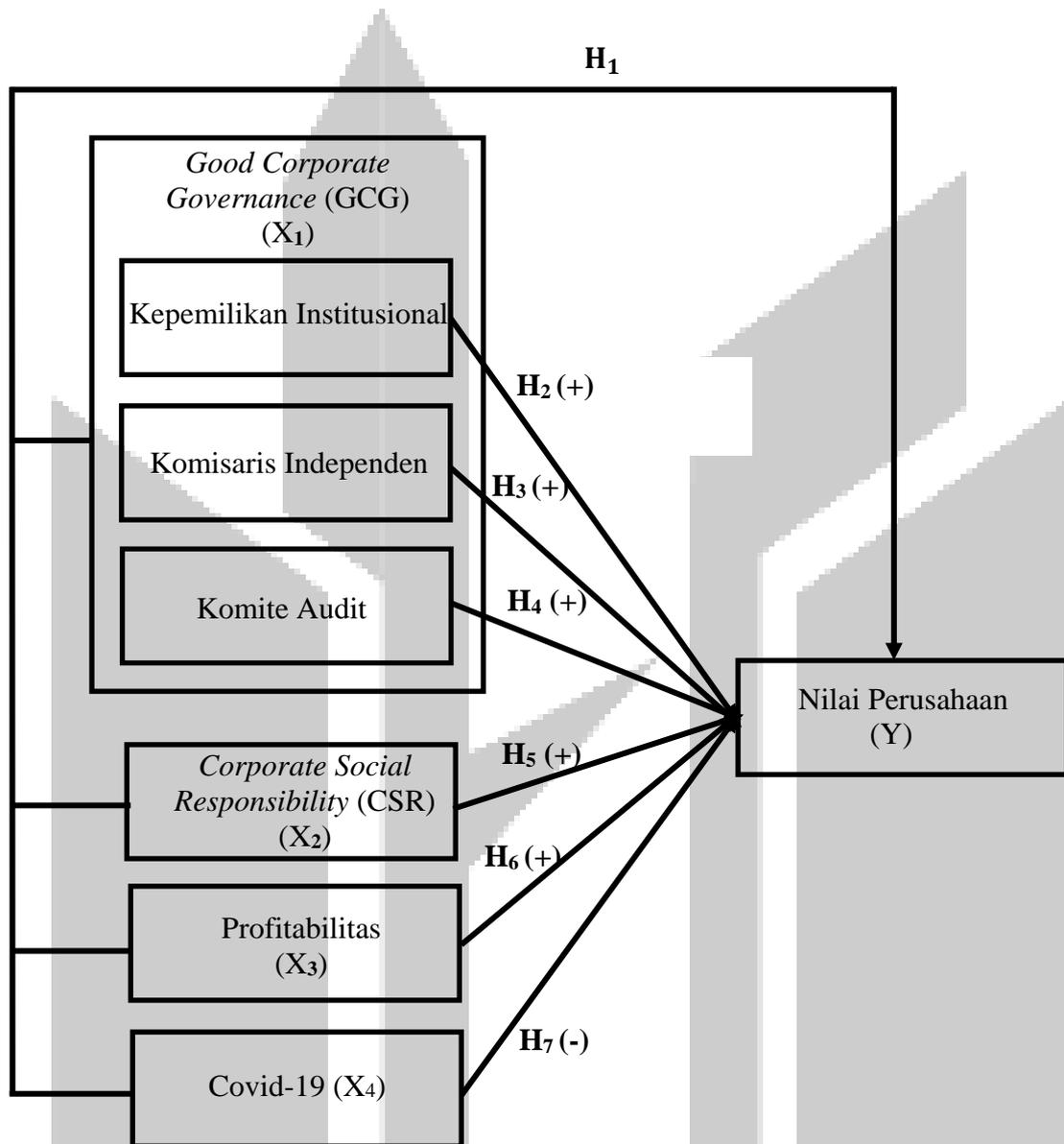
2.3.3. Hubungan antara kondisi pandemi Covid-19 dengan nilai perusahaan

Pengaruh pandemi Covid-19 selain menyebabkan penurunan kinerja keuangan pada perusahaan, juga terlihat pada penurunan harga saham (Rahmani, 2020). Hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan merupakan persepsi investor atas tingkat keberhasilan perusahaan yang umumnya dikaitkan dengan harga saham (Weston, 1994). Maka dari itu nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh nilai pasar ekuitas yang diperoleh melalui hasil perkalian harga saham dan jumlah saham yang beredar, jika terjadi penurunan harga saham dan kinerja keuangan perusahaan, nilai perusahaan dapat mengalami penurunan pula. Pada pernyataan tersebut, selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Revinka, 2021) yang berjudul “Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Nilai Perusahaan pada Sebelas Sektor di Bursa Efek Indonesia (BEI)” yaitu hubungan antara kondisi pandemi Covid-19 dengan nilai perusahaan ialah berpengaruh negatif, karena semakin tinggi kondisi pandemi Covid-19 atau penyebaran virus Covid-19 maka akan berdampak pada berkurangnya daya beli masyarakat dan menyebabkan penurunan kinerja keuangan pada suatu perusahaan. Ketika kinerja keuangan yang perusahaan mengalami penurunan, maka terjadi penurunan harga saham yang berakibat pada kehilangan kepercayaan investor dan akan menurunkan nilai perusahaan.



Gambar 2.1
KERANGKA PENELITIAN KOLABORASI

2.4. Kerangka Pemikiran



Sumber: Data yang diolah

Gambar 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN

2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada teori dan penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H_1 = *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Profitabilitas* dan Covid-19 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_2 = Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_3 = Komisaris Independen berpengaruh positif dan signifikan nilai perusahaan.

H_4 = Komite Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H_5 = *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_6 = Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_7 = Covid-19 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.