

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada penelitian sebelumnya yang meneliti topik yang sama yakni mengenai pengaruh *Good Corporate Governance* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1. **Nita Ayu Widyasari, Suhadak, dan Achmad Husaini (2015)**

Penelitian ini mengambil tentang pengaruh *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Good Corporate Governance* dalam penelitian ini diprosikan dalam proporsi komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kualitas auditor eksternal, dan komite audit. Sampel yang digunakan adalah 18 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013 dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder yang berupa laporan tahunan yang bersumber dari *website IDX (Indonesian Stock Exchange)*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode analisis regresi berganda diawali dengan uji asumsi klasik

(normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas antar variabel independen).

Hasil dari penelitian ini adalah membuktikan *Good Corporate Governance*, komisaris independen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan kualitas auditor eksternal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berikut adalah persamaan antara peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang :

- a. Meneliti pengaruh variabel Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Meneliti pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Menggunakan teknik *purposive sampling* dan jenis data yang digunakan adalah data sekunder perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- d. Menggunakan sampel perusahaan manufaktur.

Berikut adalah perbedaan antara peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang :

- a. Penelitian yang dilakukan Nita Ayu Widyasari, Suhadak, Achmad Husaini sebelumnya menggunakan rentang tahun 2011-2013. Sedangkan peneliti sekarang menambahkan rentang tahun 2011-2015.

- b. Variabel penelitian pada peneliti sekarang menambahkan ukuran dewan komisaris dan proporsi kepemilikan manajerial.

2. Ayu Kemala Putri, Made Sudarma dan Bambang Purnomosidhi (2016)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel *moderating* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* dengan variabel moderating ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris terhadap nilai perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan pendekatan *judgment sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah MRA (*Mod-erated Regression Analysis*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh *corporate social responsibility*. Nilai perusahaan akan dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris. Berdasarkan hasil analisis statistik membuktikan bahwa ukuran perusahaan mampu moderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Artinya, pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan, apabila dikuatkan oleh ukuran perusahaan yang besar. Jumlah dewan komisaris mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Artinya, pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan apabila dikuatkan oleh jumlah dewan komisaris.

Berikut adalah persamaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang:

- a. Meneliti pengungkapan *corporate social reponsibility* terhadap nilai perusahaan.
- b. Meneliti variabel jumlah dewan komisaris terhadap nilai perusahaan.

Berikut adalah perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang:

- a. Variabel *good corporate governance* yang digunakan pada penelitian sekarang adalah proporsi kepemilikan manajerial, dan komite audit.
- b. Penelitian yang dilakukan Ayu Kemala Putri, Made Sudarma dan Bambang Purnomosidhi menggunakan tahun 2012. Sedangkan peneliti sekarang menambahkan rentang tahun 2011-2015.

3. Arora dan Dharwadkar (2011)

Penelitian ini meneliti tentang *Corporate Governance and Corporate Social Responsibility: The Moderating roles of attainment discrepancy and Organization Slack*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui hubungan antara tata kelola perusahaan dengan variabel direktur independen representasi, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan kekuatan hak pemegang saham, untuk mengetahui tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah tata kelola perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berikut adalah persamaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang:

- a. Meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility*.

Berikut adalah perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang:

- a. Variabel dalam *good corporate governance* menambahkan ukuran dewan komisaris, proporsi kepemilikan manajerial, dan komite audit.
- b. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015.

4. Lutfi, Meliza Silvy, Rr. Iramani (2014)

Penelitian ini meneliti tentang *The Role of Board Commissioners and Transparency in Improving Bank Operational Efficiency and Profitability*. Tujuan dari penelitian ini adalah menilai efek dari penerapan tata kelola yang baik, yang ditunjukkan oleh peran dewan komisaris dan transparansi pada kondisi keuangan dan non-keuangan, terhadap efisiensi operasional dan profitabilitas bank umum nasional di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hal efisiensi hanya dewan komisaris yang berfungsi dengan baik dan mampu meningkatkan efisiensi operasional bank. Profitabilitas, baik dewan komisaris dan transparansi publik juga mampu meningkatkan profitabilitas operasional perbankan di Indonesia.

Berikut adalah persamaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang:

- a. Meneliti tata kelola perusahaan (*good corporate governance*) variabel dewan komisaris.

Berikut adalah perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang:

- a. Menambahkan variabel kepemilikan manajerial dan komite audit pada *good corporate governance*.
- b. Meneliti pengungkapan *corporate social responsibility*.
- c. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015.

5. O'Connell dan Cramer (2010)

Penelitian ini meneliti tentang *The relationship between firm performance and board characteristics in ireland*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara kinerja perusahaan dan ukuran dewan dan komposisi dewan untuk perusahaan yang dikutip di *Irish Stock Market*, untuk mengetahui dampak ukuran perusahaan terhadap hubungan antara kinerja perusahaan dengan karakteristik dewan. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran dewan berpengaruh negatif dengan kinerja perusahaan, hubungan antara ukuran dewan dan kinerja perusahaan secara signifikan negatif untuk perusahaan yang lebih kecil, hubungan antara kinerja perusahaan dan persentase non-eksekutif berpengaruh positif dan signifikan.

Berikut adalah persamaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang:

- a. Meneliti ukuran dewan dan tata kelola perusahaan.

Berikut adalah perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang:

- a. Variabel dalam tata kelola perusahaan menambahkan kepemilikan manajerial dan komite audit.

- b. Sampel yang digunakan peneliti sekarang adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015.

Ringkasan penelitian terdahulu serta persamaan dan perbedaan dengan peneliti saat ini dapat dilihat pada tabel 2.1.



Tabel 2.1
Ringkasan Persamaan dan Perbedaan Dengan Peneliti Terdahulu

Nama Peneliti	Tujuan	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
Nita Ayu W, Suhadak, Achmad Husaini (2015)	Untuk mengetahui pengaruh <i>good corporate governance</i> dan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.	Proporsi komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kualitas auditor eksternal, komite audit, <i>corporate social responsibility</i> , dan nilai perusahaan.	Delapan belas perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode 2011-2013.	Analisis regresi berganda.	Komisaris independen, kepemilikan manajerial, kualitas auditor eksternal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Ayu Kemala Putri, Made Sudarma dan Bambang Purnomosidhi (2016)	Untuk mengetahui pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan variabel moderating ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris.	Ukuran perusahaan, jumlah dewan komisaris, <i>corporate social responsibility</i> , dan nilai perusahaan.	Tujuh puluh sembilan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012.	MRA (<i>Moderated Regression Analysis</i>)	Nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh <i>corporate social responsibility</i> . Nilai perusahaan akan dipengaruhi oleh <i>corporate social responsibility</i> dengan dimoderasi ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris.
Arora dan Dhawadkar (2011)	Untuk mengetahui hubungan tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan pada kinerja perusahaan.	Direktur independen representasi, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, kekuatan hak pemegang saham, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kinerja perusahaan.	Indeks dari S & P 500 dan Domini 400 perusahaan KLD (Kinder, Lydenberg, dan Domini) Periode 2001-2005.	Analisis regresi berganda, Analisis sensitivitas.	<i>Good corporate governance</i> dan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
Nama Peneliti	Tujuan	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian

				Data	
Lutfi, Meliza Silvy, Rr. Iramani (2014)	Untuk menilai efek dari tata kelola yang baik, yang ditunjukkan oleh peran dewan komisaris dan transparansi pada kondisi keuangan dan non-keuangan, terhadap efisiensi operasional dan profitabilitas bank umum nasional di Indonesia.	Dewan komisaris dan Transparansi.	Tiga puluh enam Bank Umum di Indonesia periode 2008-2012.	<i>Random Effect Panel</i>	Hal efisiensi hanya dewan komisaris yang berfungsi dengan baik dan mampu meningkatkan efisiensi operasional bank. Adapun profitabilitas, baik dewan komisaris dan transparansi publik juga mampu meningkatkan profitabilitas operasional perbankan di Indonesia.
O'connell dan Cramer (2010)	untuk mengeksplorasi hubungan antara kinerja perusahaan dan ukuran dewan dan komposisi dewan untuk perusahaan yang dikutip di <i>Irish Stock Market</i> , untuk mengetahui dampak ukuran perusahaan terhadap hubungan antara kinerja perusahaan dengan karakteristik dewan.	Ukuran dewan, komposisi dewan dan kinerja perusahaan.	Tujuh puluh tujuh perusahaan yang terdaftar di pasar saham Irlandia pada akhir desember 2001.	<i>OLS (Ordinary Least Square), two-stage least squares estimates.</i>	Ukuran dewan berpengaruh negatif dengan kinerja perusahaan, hubungan antara ukuran dewan dan kinerja perusahaan secara signifikan negatif untuk perusahaan yang lebih kecil, hubungan antara kinerja perusahaan dan persentase non-eksekutif berpengaruh positif dan signifikan.
Peneliti (2017)	Untuk mengetahui pengaruh <i>good corporate governance</i> dan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.	Ukuran dewan komisaris, proporsi kepemilikan manajerial, komite audit, <i>corporate social responsibility</i> , nilai perusahaan.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015	Analisis regresi berganda	-

Sumber : Nita Ayu W, Suhadak, Achmad Husaini (2015), Ayu Kemala Putri, Made Sudarma dan Bambang Purnomosidhi (2016), Arora dan Dhawadkar (2011), Lutfi, Meliza Silvy, Rr. Iramani (2014). O'connell dan Cramer (2010).

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan teori-teori yang mendasari dan mendukung penelitian. Dalam penelitian menggunakan konsep dasar mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan, serta teori yang dikemukakan oleh para ahli.

2.2.1 Nilai Perusahaan

1. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan adalah kondisi tertentu yang sudah dicapai perusahaan sebagai hasil kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan akan seiring dengan meningkatnya kesejahteraan para pemilik saham maupun pemegang kepentingan dalam perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dilihat dari jumlah sahamnya. Nilai perusahaan sering diproksikan dengan *price book value*, *price earning ratio*, dan *Tobin's Q*.

2. Pengukuran Nilai Perusahaan

a. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value dapat didefinisikan sebagai hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Keberadaan *price book value* sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal karena melalui *price book value*, investor dapat memprediksi

saham-saham yang *overvalued* atau *undervalued* (Ayu Kemala Putri, Made Sudarma, dan Bambang Purnomosidhi, 2016).

Price book value menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai nilai yang baik biasanya memiliki rasio *price book value* lebih dari satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Nilai buku yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran pemegang saham. *Price book value* dapat dihitung dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}} \dots\dots\dots(1)$$

b. *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham. *Price earning ratio* melihat harga saham relatif terhadap *earning*. Perusahaan yang diharapkan tumbuh dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi dan memiliki prospek yang baik biasanya mempunyai *price earning ratio* yang tinggi (Nadia Putri Andina, 2015: 20). *Price earning ratio* dapat dihitung dengan rumus:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba per Lembar Saham}} \dots\dots\dots(2)$$

c. *Tobin's Q*

Nilai *Tobin's Q* dihasilkan dari penjumlahan nilai pasar saham (*market value of all outstanding stock*) dan nilai pasar hutang (*market value all of debt*) dibandingkan dengan nilai seluruh modal yang ditempatkan dalam aktiva produksi (*replacement value of all production capacity*), maka *Tobin's Q* dapat

digunakan untuk mengukur nilai perusahaan (Raditia Adi Agung, 2016: 27). Nilai *Tobin's Q* dapat dihitung dengan rumus:

$$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)} \dots\dots\dots(3)$$

Dimana :

Q : Nilai Perusahaan

EMV : Nilai pasar ekuitas (EMV= *closing price* x jumlah saham)

D : Nilai buku dari total hutang

EBV : Nilai buku dari total aktiva

2.2.2 Agency Theory

Para manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang disebut teori keagenan (*agency theory*). Manajer berperan sebagai *agent* mempunyai kewenangan menjalankan perusahaan dengan baik dan memperoleh *return* yang tinggi. Pemegang saham hanya bertugas mengawasi dan memonitor aktivitas manajer untuk memastikan bahwa manajer bertindak berdasarkan kepentingan perusahaan (Nita Ayu W, Suhadak, Achmad Husaini, 2015).

Teori keagenan dapat menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan akan berperilaku, karena pada dasarnya antara *agent* dan *principal* memiliki kepentingan yang berbeda yang menyebabkan terjadinya konflik keagenan (Titah Kinanti Kusumaningtyas, 2015). *Good corporate governance* merupakan konsep yang didasarkan pada teori keagenan, diharapkan bisa berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada investor bahwa

mereka akan menerima *return* atas dana yang mereka investasikan. *Good corporate governance* dapat membuat investor yakin bahwa manajer dapat memberikan keuntungan bagi mereka. Dengan adanya *good corporate governance* mampu menekan biaya keagenan (*agency cost*).

2.2.3 *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance merupakan sistem pengendalian dan pengaturan perusahaan yang dapat dilihat dari mekanisme hubungan antara berbagai pihak yang mengurus perusahaan, maupun ditinjau dari “nilai-nilai” yang terkandung dari mekanisme pengelolaan itu sendiri (BPKP).

Forum for Corporate Governance (FCGI) mendefinisikan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta pemegang intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka.

Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* mengacu pada ketentuan keputusan Menteri BUMN Nomor 117/2002 adalah sebagai berikut :

a) *Transparansi/Keterbukaan (Transparency)*

Transparansi merupakan keterbukaan dalam melakukan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Informasi yang diungkapkan antara lain keadaan keuangan, kinerja keuangan, kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Keterbukaan dilakukan agar pemegang saham dan orang lain mengetahui keadaan perusahaan sehingga nilai pemegang saham dapat ditingkatkan.

b) Akuntabilitas (*Accountability*)

Akuntabilitas menekankan pada pentingnya sistem pengawasan yang efektif berdasarkan pembagian kekuasaan antara komisaris, direksi, dan pemegang saham yang meliputi *monitoring*, evaluasi, dan pengendalian terhadap manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya. Perusahaan harus mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Dengan demikian, perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sejalan dengan kepentingan perusahaan.

c) Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Bentuk pertanggungjawaban perusahaan adalah kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang dan peraturan yang berlaku dan memenuhi tanggungjawabnya kepada masyarakat dan lingkungan untuk menjaga jangka panjang perusahaan dari bisnis.

d) Independen (*Independency*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa perusahaan harus profesional tanpa ada dominasi dan tanpa tekanan atau intervensi dalam perusahaan. Dari hal ini perusahaan harus memberikan pengakuan terhadap hak-hak pemegang saham yang ditentukan dalam undang-undang atau peraturan perusahaan.

e) Kewajaran/kesetaraan (*Fairness*)

Pelaksanaan kegiatannya, perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran/kesetaraan. Keadilan yang diartikan sebagai perlakuan yang sama

terhadap pemegang saham, terutama kepada pengurus saham minoritas dan pemegang saham asing dari kecurangan dan kesalahan perilaku insider.

Dengan prinsip-prinsip tersebut mengharuskan perusahaan untuk memberikan laporan kepada pemegang saham, calon investor, kreditor, pemerintah dan *stakeholder*. Laporan tersebut adalah pertanggungjawaban perusahaan kepada semua pihak yang terlibat dalam perusahaan. Laporan tersebut menunjukkan kinerja perusahaan dalam pengelolaan perusahaan sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Komponen-komponen *good corporate governance* yang akan diteliti adalah:

1. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah organ perusahaan yang mewakili pemegang saham untuk melakukan fungsi pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan yang dilakukan oleh Direksi dan memberikan arahan/nasihat kepada direksi dalam pengelolaan perusahaan dengan itikad yang baik, kehati-hatian dan bertanggung jawab, serta menjalankan fungsi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dewan komisaris memiliki peran yang penting dalam penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governancesesuai* fungsi pengawasan yang dilakukan. Hal tersebut dilakukan agar mencegah terjadinya kesalahan dalam menyusun laporan keuangan sebelum dilaporkan ke semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

Jumlah dari dewan komisaris sangat mempengaruhi hasil dari kinerja yang dilakukan, dengan jumlah yang besar akan mengakibatkan kurang efektif

fungsinya dalam hal komunikasi, koordinasi, dan pembuatan keputusan. Sedangkan jumlah dewan komisaris yang kecil lebih efektif dalam komunikasi dan koordinasi. Dewan komisaris perusahaan pada umumnya terdiri dari 5 (lima) anggota, diantaranya : 1 (satu) Presiden Komisaris, 2 (Dua) Komisaris, 2 (Dua) Komisaris Independen. Anggota dewan komisaris diangkat dan diberhentikan dalam Rapat Umum Pemegang Saham untuk jangka waktu sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan ketiga sejak pengangkatannya (laporan tahunan link net 2014: 106). Dewan komisaris dapat diukur dengan indikator jumlah anggota dewan komisaris dengan rumus :

$$UDK = \text{Jumlah Dewan Komisaris} \dots \dots \dots (4)$$

2. Proporsi Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif terlibat dalam pengambilan keputusan perusahaan (Direktur dan Komisaris). Dalam penelitian Nita Ayu W, Suhadak, Achmad Husaini (2015), kepemilikan manajerial dapat meminimalisir adanya *agency conflict* yang merupakan tindakan mementingkan diri sendiri atas pelimpahan wewenang pemegang saham kepada manajer. Proporsi kepemilikan yang tinggi memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Proporsi kepemilikan manajerial dapat diukur dengan rumus :

$$KM = \left(\frac{\sum \text{Saham Direksi dan Komisaris}}{\sum \text{Lembar Saham yg Beredar}} \right) \times 100\% \dots \dots \dots (5)$$

3. Komite Audit

Sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) Nomor IX.I.5 tentang

Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, tujuan dibentuknya komite audit adalah untuk memastikan penerapan tata kelola perusahaan atau *good corporate governance*. Tugas utama komite audit adalah mendorong penerapan *good corporate governance*, terbentuknya struktur pengendalian internal yang memadai, meningkatkan kualitas keterbukaan dan pelaporan keuangan.

Forum for *Corporate Governance* in Indonesia (FCGI) mengemukakan bahwa komite audit mempunyai tujuan membantu dewan komisaris untuk memenuhi tanggungjawab dalam memberikan pengawasan secara menyeluruh. Komite audit pada umumnya beranggotakan dua atau tiga orang anggota dan dipimpin oleh komisaris independen. Komite audit beranggotakan sedikit agar dapat bertindak secara efektif. Komite audit dapat diukur dengan rumus:

$$KA = \text{Anggota Komite Audit Perusahaan} \dots \dots \dots (6)$$

2.2.4 Stakeholder Theory (Teori Stakeholder)

Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal, dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder* merupakan pihak internal atau eksternal (pemerintah, perusahaan, pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, para pekerja perusahaan, dll) keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Teori *stakeholder* digunakan ketat dalam suatu organisasi yang terpusat (*centered way organization*). Diungkapkan bahwa lingkungan sosial perusahaan merupakan sarana bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*. Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan

tidak dapat meninggalkan tanggung jawab dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan (Reny Dyah Retno M dan Denies Priantinah, 2012).

2.2.5 *Corporate Social Responsibility*

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* adalah menjadi kebutuhan bagi perusahaan, karena dengan *Corporate Social Responsibility* akan tercipta suasana harmonis antara perusahaan dan lingkungannya, yang pada akhirnya menjamin kelangsungan perusahaan itu sendiri. *Corporate Social Responsibility* mengharuskan perusahaan sungguh-sungguh mempertimbangkan untuk membuat keseimbangan antara pemegang saham dan kepentingan eksternal.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya.

Menurut I Nyoman Swastika Yoga dan Gerianta Wirawan Yasa (2013) secara konseptual prinsip dasar yang mendasari *Corporate Social Responsibility*.

Diantaranya adalah :

a. *Profit*. Perusahaan perlu berupaya untuk memperoleh keuntungan yang tinggi untuk dapat terus menjalankan kegiatan operasional dan mengembangkan bisnisnya.

b. *People*. Perusahaan yang ingin menjaga kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang harus menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat agar memperoleh legitimasi atas segala kegiatan bisnis yang dilakukan. Legitimasi diperlukan agar terwujud suatu perusahaan yang *sustainable* dan *acceptable*.

c. *Planet*. Perusahaan merupakan bagian dari lingkungan di mana perusahaan berada. Bentuk tanggung jawab perusahaan atas kepeduliannya dengan lingkungan, yaitu dengan menjaga kelestarian dan keberlanjutan hayati

Corporate Social Responsibility akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah yang disyaratkan di *Global reporting Index*. Perhitungan *index* dapat dihitung dengan rumus:

$$CSRI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkap}}{78} \dots\dots\dots(7)$$

2.2.6 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan *corporate social responsibility* akan menjadikan nilai tambah dan memperbaiki citra perusahaan dikalangan investor (Nita Ayu W, Suhadak, Achmad Husaini, 2015). Perusahaan juga harus memperluas tanggung jawab organisasi khususnya perusahaan diluar perannya yang melaporkan laporan keuangan kepada pemilik modal khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham. Menurut *Global*

Reporting Initiative (GRI), pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia yang dilihat dari tiga aspek, yaitu: Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial.

Peraturan perundang-undang No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas menyatakan :

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

2.2.7 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Terdapatnya hubungan *Good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dapat dilihat dari pernyataan *Institute of Corporate Governance* (ICG, 2006) sebagaimana yang diadopsi dari *Cadbury Committee of united*

Kingdom, sebagai berikut : “*The objective of corporate governance is to create added value to the stakeholder*”.

Penerapan *good corporate governance* akan mempengaruhi Nilai Perusahaan. Perusahaan memastikan kepada pemegang saham bahwa dana yang ditanamkan untuk kegiatan pembiayaan, investasi, dan untuk kelangsungan kegiatan operasional perusahaan. Manajemen bertindak sebaik mungkin untuk kepentingan perusahaan. Dengan adanya penerapan *good corporate governance* dapat *memonitoring* manajer terhadap perusahaan agar dapat lebih efektif sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Apabila perusahaan menerapkan *good corporate governance* akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan akan lebih baik. Dengan meningkatnya kinerja perusahaan akan meningkatkan harga saham juga sehingga dapat mencapai indikator keberhasilan nilai perusahaan (Titah Kinanti Kusumaningtyas, 2015).

1. Ukuran Dewan Komisaris dan Nilai Perusahaan

Dewan komisaris merupakan bagian penting dari *good corporate governance* yang bertujuan untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasehat kepada dewan direksi. Dewan komisaris dapat membantu manajemen untuk bekerja lebih baik sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Fungsi pengawasan yang dilakukan dewan komisaris dapat mendominasi setiap kebijakan yang telah ditetapkan untuk menambah nilai perusahaan. Hubungan antara ukuran dewan komisaris dengan nilai perusahaan didukung oleh perspektif fungsi *service* dan *control* yang dapat diberikan oleh dewan komisaris. Fungsi *service* menyatakan bahwa dewan (komisaris) dapat memberikan konsultasi dan nasehat

manajemen (direksi). Fungsi *control* yang dilakukan oleh dewan (komisaris) diambil dari teori agensi. Dari perspektif teori agensi, dewan komisaris mewakili mekanisme internal utama untuk mengontrol perilaku manajemen sehingga dapat membantu menyelesaikan kepentingan pemegang saham dan manajer (Johan Wahyudi, 2010). Ukuran dewan komisaris yang besar bisa juga kurang efektif dalam pemantauan manajemen karena masalah komunikasi antar anggota, waktu pengambilan keputusan memerlukan waktu lama, dan adanya perbedaan kepentingan diantara anggota komisaris (Lutfi, Meliza Silvy, Rr. Iramani: 2014).

Penelitian Dewi Dwi Kurnianingsih (2016) menunjukkan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin banyak ukuran dewan komisaris, semakin tinggi nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian O'connell dan Cramer (2010) menunjukkan bahwa ukuran dewan berpengaruh negatif namun tidak signifikan karena jumlah ukuran dewan yang lebih besar memiliki dampak yang negatif untuk ukuran perusahaan yang kecil.

2. Proporsi Kepemilikan Manajerial dan Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial adalah pemegang saham dari pihak manajemen (Direktur dan Komisaris) yang aktif dalam pengambilan keputusan perusahaan. Keberadaan kepemilikan manajerial diharapkan mampu meminimalisir adanya *agency conflict*. Dengan adanya kepemilikan manajerial oleh manajemen, maka diharapkan manajemen tersebut akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Dewi Dwi Kurnianingsih (2016) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak proporsi kepemilikan manajerial, maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

3. Komite Audit dan Nilai Perusahaan

Komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk melakukan tugas pengawasan pengelolaan perusahaan. Komite audit dalam menjalankan fungsinya harus memiliki hak terhadap akses tidak terbatas kepada direksi, auditor internal, auditor eksternal dan semua informasi yang ada dalam perusahaan. Dengan pengawasan tersebut dapat dipastikan pencapaian kinerja perusahaan baik dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Keanggotaan komite audit yang diatur oleh Bapepam dan Bursa Efek Indonesia, disebutkan bahwa komite audit yang dimiliki oleh perusahaan minimal terdiri dari tiga orang, diantaranya satu orang berasal dari komisaris independen dan dua orang anggota dari luar emiten atau perusahaan (Nandya Darwis Ariananda, 2013).

Jumlah komite audit perusahaan memiliki nilai minimum tiga anggota komite audit dan nilai maksimum empat anggota komite audit, artinya apabila perusahaan menambah jumlah komite audit satu anggota maka akan mempengaruhi nilai perusahaan (Wardoyo, Theodora Martina Veronica: 2013).

Penelitian Nita Ayu W, Suhadak, dan Achmad Husaini (2015) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan, semakin banyak anggota komite audit maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.8 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan dapat menjadi keberlanjutan program yang dibuat perusahaan dengan mempertimbangkan komitmen bersama dari berbagai unsur yang ada di dalam perusahaan. Dengan adanya komitmen tersebut dapat meningkatkan antusias karyawan dan akan menjadikan program-program tersebut berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Dengan keterlibatan karyawan akan menambah nilai dan arti bagi perusahaan.

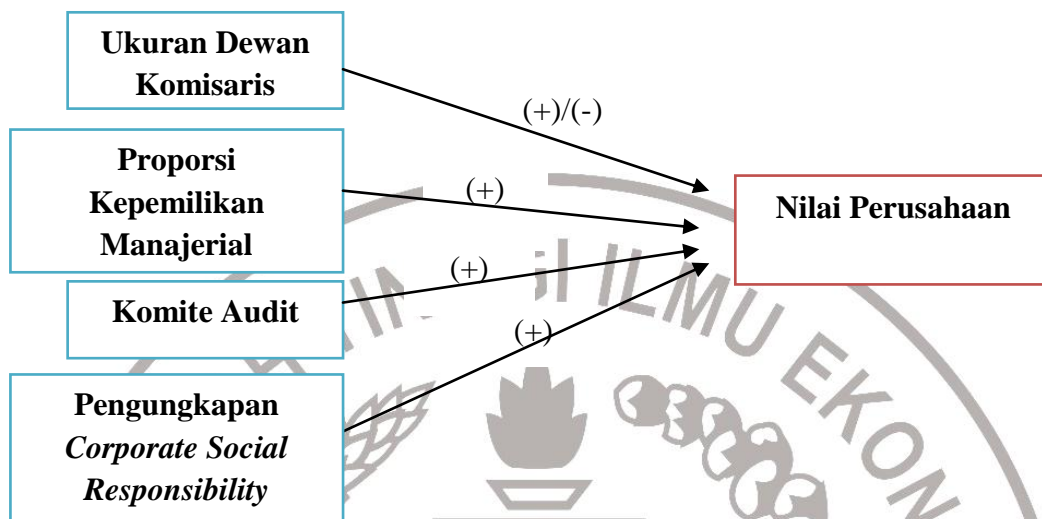
Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan akan memperhatikan dari segi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup keseimbangan perusahaan dengan pemangku kepentingan. Semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. Secara teori, pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena didalamnya mengandung informasi sosial yang telah dilakukan perusahaan (Raditia Adi Agung, 2016).

Penelitian Katiya Nahda dan D. Agus Harjito (2011) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin perusahaan mengungkap *corporate social responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah diagram yang menjelaskan secara garis besar alur penelitian. Berdasarkan penelitian terdahulu atau landasan teori maka dapat

dibuat diagram antara variabel-variabel *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di sub bab sebelumnya , maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H_1 : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
- H_2 : Proporsi Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- H_3 : Komite Audit berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
- H_4 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.