

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Good Corporate Governance*

2.1.1.1 Pengertian *Good Corporate Governance*

Terdapat beberapa pengertian *Good Corporate Governance* (GCG) yang diberikan oleh para ahli. Pengertian *Good Corporate Governance* menurut Wahyudi Prakarsa (2007:120) adalah sebagai berikut:

“*Good Corporate Governance* yaitu mekanisme administratif yang mengatur hubungan-hubungan antara manajemen perusahaan, komisaris, direksi, pemegang saham dan kelompok-kelompok kepentingan (*stakeholders*) yang lain. Hubungan-hubungan ini dimanifestasikan dalam bentuk berbagai aturan permainan dan sistem insentif sebagai kerangka kerja yang diperlukan untuk menentukan tujuan-tujuan perusahaan dan cara-cara pencapaian tujuan-tujuan serta pemantauan kinerja yang dihasilkan.”

Sedangkan menurut Sukrisno Agoes (2011:101):

“Tata kelola perusahaan yang baik yaitu suatu sistem yang mengatur hubungan peran Dewan Komisaris, peran Dewan Direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan yang baik juga disebut sebagai suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya, dan penilaian kinerjanya.”

Selain menurut dua ahli tersebut, pengertian *Good Corporate Governance* (GCG) juga dikemukakan oleh Ardeno Kurniawan (2012:27):

“*Good Corporate Governance* (GCG) atau tata kelola organisasi adalah seperangkat hubungan yang terjadi antara manajemen, direksi, pemegang saham, dan *stakeholder-stakeholder* lainnya seperti pegawai, kreditor, dan masyarakat.”

Menurut *Cadbury Committe of United Kingdom* dalam Sukrisno Agoes (2011:101) memberikan pengertian sebagai berikut:

“Tatakelola perusahaan yang baik adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pegelola) perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka; atau dengan kata lain suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan.”

2.1.1.2 Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Menurut *National Committee on Governance* (2006) dalam Sukrisno Agoes (2009:104) mengemukakan bahwa lima prinsip GCG, yaitu:

- a. Tranparansi (*transparence*)
- b. Akuntabilitas (*accountability*)
- c. Responsibilitas (*responsibility*)
- d. Independensi (*Independency*)
- e. Kesetaraan (*fairness*)

Penjelasan dari lima prinsip tersebut sebagai mana yang tertuang dalam pedoman *Good Corporate Governance* yang dipublikasikan oleh *National Committee on Governance* pada tahun 2006 adalah sebagai berikut:

1. Transparansi (*Transparency*)

Untuk menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

Adapun pedoman pokok pelaksanaan prinsip transparansi adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan harus menyediakan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh pemangku kepentingan sesuai dengan haknya.
- b) Informasi yang harus diungkapkan meliputi, tetapi tidak terbatas pada, visi, misi, sasaran usaha dan strategi perusahaan, kondisi keuangan, susunan dan kompensasi pengurus, pemegang saham pengendali, kepemilikan saham oleh anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris beserta anggota keluarganya dalam perusahaan dan perusahaan lainnya, sistem manajemen risiko, sistem pengawasan dan pengendalian internal, sistem dan pelaksanaan GCG serta tingkat kepatuhannya, dan kejadian penting yang dapat mempengaruhi kondisi perusahaan.

- c) Prinsip keterbukaan yang dianut oleh perusahaan tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan kerahasiaan perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan, rahasia jabatan, dan hak-hak pribadi.
- d) Kebijakan perusahaan harus tertulis dan secara proporsional dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus dapat 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.

Adapun pedoman pokok pelaksanaan prinsip akuntabilitas adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan harus menetapkan rincian tugas dan tanggung jawab masing-masing organ perusahaan dan semua karyawan secara jelas dan selaras dengan visi, misi, nilai-nilai perusahaan (*corporate values*), dan strategi perusahaan.
- b) Perusahaan harus meyakini bahwa semua organ perusahaan dan semua karyawan mempunyai kemampuan sesuai dengan tugas, tanggung jawab, dan perannya dalam pelaksanaan *Good Corporate Governance (GCG)*.

- c) Perusahaan harus memastikan adanya sistem pengendalian internal yang efektif dalam pengelolaan perusahaan.
- d) Perusahaan harus memiliki ukuran kinerja untuk semua jajaran perusahaan yang konsisten dengan sasaran usaha perusahaan, serta memiliki sistem penghargaan dan sanksi (*reward and punishment system*).
- e) Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, setiap organ perusahaan dan semua karyawan harus berpegang pada etika bisnis dan pedoman perilaku (*code of conduct*) yang telah disepakati.

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

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

Adapun pedoman pokok pelaksanaan prinsip responsibilitas adalah sebagai berikut:

- a) Organ perusahaan harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, anggaran dasar dan peraturan perusahaan (*by-laws*).
- b) Perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosial dengan antara lain peduli terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai.

4. Independensi (*Independency*)

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

Adapun pedoman pokok pelaksanaan prinsip independensi adalah sebagai berikut:

- a) Masing-masing organ perusahaan harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, bebas dari benturan kepentingan (*conflict of interest*) dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif.
- b) Masing-masing organ perusahaan harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan, tidak saling mendominasi dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lain.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

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

Adapun pedoman pokok pelaksanaan prinsip kesetaraan adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan harus memberikan kesempatan kepada pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan perusahaan serta membuka akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip transparansi dalam lingkup kedudukan masing-masing.
- b) Perusahaan harus memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada pemangku kepentingan sesuai dengan manfaat dan kontribusi yang diberikan kepada perusahaan.
- c) Perusahaan harus memberikan kesempatan yang sama dalam penerimaan karyawan, berkarir dan melaksanakan tugasnya secara profesional tanpa membedakan suku, agama, ras, golongan, gender, dan kondisi fisik.

Selain menurut *National Committee on Governance*, prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* juga dikemukakan oleh *The Australian Securities Exchange Corporate Governance Council*. Adapun prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* menurut *The Australian Securities Exchange Corporate Governance Council* (2002) adalah sebagai berikut:

1. Membangun landasan kerja yang kuat bagi manajemen dan *Board of Directors*.
2. Menyusun struktur organisasi *Board of Directors* yang dapat menjamin efektifitas kerja dan meningkatkan nilai perusahaan.
3. Mengembangkan kebiasaan mengambil kebijakan yang dapat dipertanggungjawabkan.
4. Menjaga integritas laporan keuangan.

5. Mengungkapkan semua informasi tentang kondisi dan perkembangan perusahaan kepada pemegang saham secara tetap waktu dan seimbang.
6. Menghormati hak pemegang saham.
7. Menyadari adanya risiko bisnis dan mengelolanya secara profesional.
8. Mendorong peningkatan kinerja *Board of Directors* dan manajemen perusahaan.
9. Menjamin pemberian balas jasa pimpinan dan karyawan perusahaan yang adil dan dapat dipertanggungjawabkan.
10. Memahami hak dan kepentingan para pemangku kepentingan.

2.1.1.3 Tujuan *Good Corporate Governance*

Menurut Siswanto Sutojo (2008:5) tujuan *Good Corporate Governance* (GCG) adalah sebagai berikut:

- a. Melindungi hak dan kepentingan pemegang saham.
- b. Melindungi hak dan kepentingan pemegang kepentingan non-pemegang saham.
- c. Meningkatkan nilai perusahaan dan para pemegang saham.
- d. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dewan pengurus dan manajemen perusahaan.
- e. Meningkatkan mutu hubungan dewan pengurus dengan manajemen senior perusahaan.

Selain menurut Siswanto Sutojo, tujuan *Good Corporate Governance* juga dikemukakan oleh Amin Widjaya Tunggal (2011:34). Tujuan *Good Corporate Governance* adalah sebagai berikut:

- a. Tercapainya sasaran yang telah ditetapkan.
- b. Aktiva perusahaan terjaga dengan baik.
- c. Perusahaan menjalankan bisnis dengan praktek yang sehat.
- d. Kegiatan perusahaan dilakukan dengan transparan.

2.1.1.4 Manfaat *Good Corporate Governance*

Manfaat pelaksanaan *Good Corporate Governance* menurut Hery (2010:5) adalah sebagai berikut:

1. *Good Corporate Governance* secara tidak langsung dapat mendorong pemanfaatan sumber daya perusahaan ke arah yang efektif dan efisien, yang pada gilirannya akan turut membantu terciptanya pertumbuhan atau perkembangan ekonomi nasional.
2. *Good Corporate Governance* dapat membantu perusahaan dan perekonomian nasional dalam hal menarik investor dengan biaya yang lebih rendah melalui perbaikan kepercayaan investor dan kreditor baik domestik maupun internasional.
3. Membantu pengelolaan perusahaan dalam memastikan atau menjamin bahwa perusahaan telah taat pada ketentuan hukum dan perusahaan.

4. Membantu manajemen dan corporate board dalam pemantauan penggunaan aset perusahaan
5. Mengurangi korupsi.

Selain menurut Hery, manfaat pelaksanaa *Good Corporate Governance* juga dikemukakan oleh Indra Surya dan Ivan Yustiavananda (2007) dalam Sukrisno Agoes dan I Cenik. Manfaat penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) menurut Indra dan Ivan adalah sebagai berikut:

1. Memudahkan akses terhadap investasi domestik maupun asing.
2. Mendapatkan biaya modal (*cost of capital*) yang lebih murah.
3. Memberi keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan.
4. Meningkatkan keyakinan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan terhadap masyarakat.
5. Melindungi direksi dan komisaris dari tuntutan hukum.

2.1.1.5 Unsur *Good Corporate Governance*

Menurut Amin Widjaya Tunggal (2013:184) unsur-unsur *Good Corporate Governance* terdiri dari:

1. Pemegang Saham

Pemegang saham adalah individu atau institusi yang mempunyai *vital stake* dalam perusahaan. Tata kelola perusahaan yang baik harus mampu melindungi hak pemegang saham dengan cara mengamankan kepemilikan,

menyerahkan atau memindahkan saham, melaporkan informasi yang relevan, dan memperoleh keuntungan dari perusahaan. Selain itu, pemegang saham juga mempunyai hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban tersebut adalah sebagai berikut:

A. Hak Pemegang Saham

Hak dari pemegang saham menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk menghadiri, memberikan suara, dan menyampaikan pendapat dalam Rapat Umum Pemegang Saham.
- b. Hak untuk memperoleh informasi mengenai perusahaan secara tepat waktu, benar, dan teratur.
- c. Hak untuk menerima keuntungan dari perusahaan.
- d. Hak untuk memperoleh penjelasan lengkap mengenai prosedur yang harus dipenuhi berkenaan dengan Rapat Umum Pemegang Saham.
- e. Setiap pemegang saham berhak mengeluarkan suara dan diperlakukan secara adil sesuai jenis dan klasifikasi saham yang dimilikinya.

B. Tanggungjawab Pemegang Saham

Tanggungjawab dari pemegang saham menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* adalah sebagai berikut:

- a. Pemegang saham pengendali harus memperhatikan kepentingan pemilik saham minoritas dan pemagku kepentingan lainnya.

- b. Pemegang saham minoritas bertanggungjawab untuk menggunakan haknya dengan baik sesuai dengan aturan yang ada.
- c. Pemegang saham harus bisa membedakan kekayaan perusahaan dan kekayaan pribadi serta harus dapat membedakan posisinya sebagai pemegang saham dan anggota dewan komisaris.
- d. Pemegang saham pengendali pada beberapa perusahaan harus mampu mengupayakan agar akuntabilitas serta hubungan antar perusahaan dapat dilakukan secara jelas.

2. Komisaris dan Direksi

Komisaris dan direksi secara legal bertanggungjawab dalam menetapkan sasaran korporat, mengembangkan kebijakan, dan memilih manajemen tingkat atas untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan tersebut. Selain itu, Komisaris dan direksi bertugas untuk menelaah kondisi perusahaan apakah sesuai dengan arah kebijakan atau sasaran yang telah ditetapkan. Selain itu, Komisaris dan Direksi juga mempunyai kewenangan dan tugas. Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* kewenangan dan tugas tersebut adalah sebagai berikut:

A. Kewenangan Komisaris

- a. Komisaris memiliki kewenangan untuk memberikan sanksi kepada direksi untuk kepentingan perusahaan.
- b. Komisaris memiliki kewenangan untuk melaksanakan secara sementara fungsi direksi apabila terjadi kekosongan.

- c. Komisaris memiliki kewenangan untuk memperoleh informasi mengenai perusahaan secara tepat waktu dan lengkap.

B. Tugas Komisaris

- a. Melaksanakan fungsi pengawasan dan pemberian nasihat untuk kepentingan perusahaan.
- b. Memahami semua aturan baik internal ataupun eksternal yang berkaitan dengan perusahaan.
- c. Memahami dan melaksanakan pedoman *Good Corporate Governance*.

C. Kewenangan Direksi

- a. Direksi berwenang untuk mengusulkan kepada unsur RUPS berupa perubahan anggaran dasar, pembelian kembali saham dan pengalihan saham tersebut kepada pihak lain, penambahan modal, pengurangan modal, penggunaan laba dan pembagian deviden, serta pembubaran perseroan.
- b. Direksi berwenang untuk mengatur dan menyelenggarakan kegiatan usaha perseroan.
- c. Direksi berwenang mengelola kekayaan perseroan.
- d. Direksi berwenang mewakili Perseroan di dalam dan di luar pengadilan.
- e. Direksi berwenang untuk membela diri dalam forum RUPS jika Direksi telah diberhentikan untuk sementara waktu oleh RUPS/Komisaris.
- f. Direksi berwenang untuk mengajukan usul kepada Pengadilan Negeri agar perseroan dinyatakan pailit setelah didahului dengan persetujuan RUPS

D. Tugas Direksi

- a. Menetapkan strategi perusahaan, kebijakan dasar keuangan, organisasi dan SDM, serta sistem teknologi informasi dan komunikasi Perusahaan.
- b. Mengajukan program pengelolaan perusahaan yang memerlukan persetujuan komisaris dan/atau memerlukan tanggapan tertulis komisaris dan persetujuan RUPS serta melaksanakannya sesuai ketentuan yang diatur dalam Anggaran Dasar, persetujuan Komisaris serta Keputusan RUPS.
- c. Mengupayakan tercapainya target-target perusahaan dalam aspek keuangan, aspek operasional dan aspek administrasi yang telah disetujui dan ditetapkan dalam RUPS, menetapkan sasaran kinerja serta evaluasi kinerja perusahaan melalui mekanisme organisasi termasuk rencana strategis Perusahaan.
- d. Menetapkan persetujuan proyek, memantau dan melakukan koreksi terhadap pelaksanaannya.
- e. Menetapkan struktur organisasi dan penetapan pejabat Perusahaan sampai jenjang tertentu.

3. Komite Audit

Komite Audit bertugas untuk memberikan pendapat atau rekomendasi profesional terhadap dewan komisaris mengenai kondisi tata kelola perusahaan yang dijalankan manajemen perusahaan. Adapun rincian tugas Komite Audit menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* adalah sebagai berikut:

- a. Membantu Dewan Komisaris untuk memastikan bahwa laporan keuangan disajikan secara wajar.

- b. Memastikan bahwa struktur pengendalian perusahaan dilaksanakan dengan baik.
- c. Memastikan pelaksanaan audit eksternal dan internal dilakukan sesuai pedoman yang berlaku, serta menindak lanjuti temuan audit.
- d. Komite Audit memproses calon auditor eksternal termasuk imbal jasanya.

4 Sekretaris Perusahaan

Sekretaris Perusahaan merupakan pihak penghubung yang menjembatani kepentingan antara perseroan dengan pihak eksternal, terutama dalam menjaga persepsi publik atas citra perseroan dan pemenuhan tanggung jawab oleh Perseroan. Sekretaris Perusahaan bertanggung jawab kepada Direksi.

Fungsi Sekretaris Perusahaan mencakup tugas-tugas kesekretariatan Perseroan, hubungan investor dan masyarakat, legal dan penegakan kepatuhan terhadap otoritas industri dan pasar modal serta ketentuan Tata Kelola Perusahaan yang Baik. Adapun tugas utama Sekretaris Perusahaan menurut Siswanto Sutojo (2005) adalah sebagai berikut:

- a. Memastikan ketersediaan informasi dalam pengambilan keputusan oleh dewan komisaris dan dewan direksi.
- b. Menyampaikan semua kebijakan dan peraturan perusahaan terhadap seluruh staf perusahaan.
- c. Memastikan informasi diterima oleh Dewan Direksi dan Dewan Komisaris tepat waktu.
- d. Menjalin komunikasi yang baik dengan seluruh pemegang saham.

- e. Membangun citra positif perusahaan.

5. Manajer

Manajer memiliki peran yang sangat penting dalam operasional perusahaan. Manajer memiliki pengetahuan yang luas mengenai hal teknis yang terjadi diperusahaan. Seorang Manajer juga memiliki tugas yang wajib dilaksanakan. Adapun tugas manajer menurut Hasibuan (2011) adalah sebagai berikut:

- a. Mengelola siklus pengambilan keputusan, membuat rencana, menyusun organisasi, pengarahan organisasi, pengendalian, penilaian dan pelaporan.
- b. Memotivasi, artinya seorang manajer harus dapat mendorong para bawahannya untuk bekerja giat dan membina para bawahan dengan baik dan harmonis.
- c. Manajer harus berusaha memenuhi kebutuhan para bawahannya.
- d. Manajer harus dapat menciptakan kondisi yang akan membantu bawahannya mendapatkan kepuasan dalam pekerjaannya.
- e. Manajer harus berusaha agar para bawahannya bersedia memikul tanggung jawab.
- f. Manajer harus membina bawahannya agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
- g. Manajer harus membenahi fungsi-fungsi fundamental manajemen secara baik.
- h. Manajer harus mewakili dan membina hubungan yang harmonis dengan pihak luar.

6. Auditor Eksternal

Auditor eksternal bertanggungjawab memberikan opini terhadap laporan keuangan perusahaan. Laporan auditor eksternal (independen) adalah opini profesional mengenai laporan keuangan perusahaan. Auditor eksternal berwenang memberikan jasa asurans dan jasa lainnya kepada klien (perusahaan). Menurut Undang-Undang No 5 Tahun 2011, jasa asurans meliputi:

a. Jasa atas audit laporan keuangan historis

Audit atas laporan keuangan historis adalah salah satu bentuk jasa yang dilakukan auditor. Dalam pemberian jasa ini auditor menerbitkan laporan tertulis yang berisi pernyataan pendapat apakah laporan keuangan telah disusun sesuai prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum.

b. Jasa *review* atas laporan keuangan historis

Jasa *review* laporan keuangan merupakan salah satu jasa yang diberikan akuntan publik untuk memberikan keyakinan terbatas bahwa tidak terdapat modifikasi material yang harus dilaksanakan agar laporan keuangan tersebut sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum atas basis akuntansi komprehensif lainnya. *Review* dilakukan melalui prosedur pengajuan pertanyaan dan analisis dengan berpedoman pada Standar Jasa Akuntansi dan *Review* yang terdapat dalam SPAP.

7. Auditor Internal

Auditor internal bertugas memberikan rekomendasi atau konsultasi kepada pihak yang berwenang di perusahaan mengenai kondisi-kondisi yang terjadi di dalam perusahaan. Adapun uraian tugas auditor internal menurut Bambang Hartadi (1999) adalah sebagai berikut:

- a. Menilai prosedur dan menelaah hal-hal yang berhubungan dengan efisiensi atau kelayakan prosedur.
- b. Memberi ide-ide seperti pembuatan standar atau pembuatan metode yang baik.
- c. Melakukan verifikasi dan analisis data, yang menyangkut data yang dihasilkan sistem akuntansi guna membuktikan bahwa laporan-laporan dihasilkan adalah benar (valid).
- d. Melakukan verifikasi kelayakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah kebijakan akuntansi dan kebijakan lainnya telah dilakukan, apakah prosedur operasi atau kegiatan telah diikuti, apakah peraturan-peraturan pemerintah telah dilaksanakan, apakah kewajiban-kewajiban yang berkenaan dengan kontrak telah berjalan atau dipatuhi.
- e. Melatih dan memberi bantuan kepada karyawan perusahaan.

Selain menurut Amin Widjaya Tunggal, unsur-unsur *Good Corporate Governance* juga dikemukakan oleh Ardeno Kurniawan. Adapun unsur-unsur *Good Corporate Governance* menurut Ardeno Kurniawan (2012:43) adalah sebagai berikut:

1. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Rapat Umum Pemegang Saham adalah organ di dalam perusahaan yang memfasilitasi pemegang saham untuk mengambil keputusan penting yang berkenaan dengan investasinya di perusahaan. Hasil dalam RUPS merupakan kebijakan jangka panjang yang akan dilaksanakan oleh perusahaan. Kewenangan RUPS diatur oleh Undang-Undang no. 40 Tahun 2007. Adapun kewenangan RUPS adalah sebagai berikut:

- a. Memutuskan penyetoran saham dalam bentuk uang dan/atau dalam bentuk lainnya, mislanya dalam bentuk benda tidak bergerak.
- b. Menyetujui dapat tidaknya pemegang saham dan kreditor lainnya yang mempunyai tagihan terhadap Perseroan menggunakan hak tagihnya sebagai kompensasi kewajiban penyetoran atas harga saham yang telah diambilnya.
- c. Menyetujui pembelian kembali saham yang telah dikeluarkan.
- d. Menyetujui penambahan modal perseroan.
- e. Memutuskan pengurangan modal perseroan.
- f. Memutuskan tentang pengambilalihan saham oleh badan hukum berbentuk perseroan.
- g. Memutuskan dapat atau tidaknya Dewan Komisaris melakukan tindakan pengurusan Perseroan dalam keadaan tertentu untuk jangka waktu tertentu.
- h. Memutuskan tentang penggabungan, peleburan, pengambilalihan, atau pemisahan perseroan.
- i. Mencabut atau menguatkan keputusan pemberhentian sementara anggota Direksi yang telah ditetapkan oleh Dewan Komisaris

2. Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah organ di dalam perusahaan yang bertugas untuk mengawasi serta memberikan masukan terhadap direksi serta memastikan bahwa kegiatan perusahaan sesuai dengan arah kebijakan dan sasaran yang telah ditetapkan. Anggota dewan komisaris diangkat dan diberhentikan dengan persetujuan dari anggota Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang kemudian dilaporkan kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia untuk dicatatkan dalam daftar wajib perusahaan atas pergantian dewan komisaris. Dalam pengangkatan dewan komisaris diusulkan oleh anggota RUPS yang memiliki wewenang untuk mengusulkan dewan komisaris. Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* kewenangan dan tugas Dewan Komisaris adalah sebagai berikut:

A. Kewenangan Komisaris

- a. Komisaris memiliki kewenangan untuk memberikan sanksi kepada direksi untuk kepentingan perusahaan.
- b. Komisaris memiliki kewenangan untuk melaksanakan secara sementara fungsi direksi apabila terjadi kekosongan.
- c. Komisaris memiliki kewenangan untuk memperoleh informasi mengenai perusahaan secara tepat waktu dan lengkap.

B. Tugas Komisaris

- a. Melaksanakan fungsi pengawasan dan pemberian nasihat untuk kepentingan perusahaan.

- b. Memahami semua aturan baik internal ataupun eksternal yang berkaitan dengan perusahaan.
- c. Memahami dan melaksanakan pedoman *Good Corporate Governance*.

3. Dewan Direksi

Dewan direksi adalah suatu organ di dalam perusahaan yang bertugas untuk menjalankan kegiatan perusahaan sesuai dengan arah kebijakan dan sasaran yang telah ditetapkan. Direktur dapat dijabat oleh seseorang yang memiliki perusahaan tersebut atau orang profesional yang ditunjuk oleh pemilik usaha untuk menjalankan dan memimpin perseroan terbatas. Penyebutan direktur dapat bermacam-macam, yaitu dewan gubernur, atau dewan eksekutif. Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* kewenangan dan tugas Dewan Direksi adalah sebagai berikut:

A. Kewenangan Direksi

- a. Direksi berwenang untuk mengusulkan kepada unsur RUPS berupa perubahan anggaran dasar, pembelian kembali saham dan pengalihan saham tersebut kepada pihak lain, penambahan modal, pengurangan modal, penggunaan laba dan pembagian deviden, serta pembubaran perseroan.
- b. Direksi berwenang untuk mengatur dan menyelenggarakan kegiatan usaha perseroan.
- c. Direksi berwenang mengelola kekayaan perseroan.
- d. Direksi berwenang mewakili Perseroan di dalam dan di luar pengadilan.

- e. Direksi berwenang untuk membela diri dalam forum RUPS jika Direksi telah diberhentikan untuk sementara waktu oleh RUPS/Komisaris.
- f. Direksi berwenang untuk mengajukan usul kepada Pengadilan Negeri agar perseroan dinyatakan pailit setelah didahului dengan persetujuan RUPS

B. Tugas Direksi

- a. Menetapkan strategi perusahaan, kebijakan dasar keuangan, organisasi dan SDM, serta sistem teknologi informasi dan komunikasi Perusahaan.
- b. Mengajukan program pengelolaan perusahaan yang memerlukan persetujuan komisaris dan/atau memerlukan tanggapan tertulis komisaris dan persetujuan RUPS serta melaksanakannya sesuai ketentuan yang diatur dalam Anggaran Dasar, persetujuan Komisaris serta Keputusan RUPS.
- c. Mengupayakan tercapainya target-target perusahaan dalam aspek keuangan, aspek operasional dan aspek administrasi yang telah disetujui dan ditetapkan dalam RUPS, menetapkan sasaran kinerja serta evaluasi kinerja perusahaan melalui mekanisme organisasi termasuk rencana strategis Perusahaan.
- d. Menetapkan persetujuan proyek, memantau dan melakukan koreksi terhadap pelaksanaannya.
- e. Menetapkan struktur organisasi dan penetapan pejabat Perusahaan sampai jenjang tertentu.

2.1.1.6 Corporate Governance Perception Index (CGPI)

Menurut *The Indonesian Institute for Corporate Governance*, *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* adalah:

“*Corporate Governance Perception Index (CGPI)* adalah pemeringkatan penerapan *Good Corporate Governance (GCG)* pada perusahaan-perusahaan di Indonesia melalui riset yang dirancang untuk mendorong perusahaan meningkatkan kualitas penerapan konsep *Corporate Governance (CG)* melalui perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*) dengan melaksanakan evaluasi dan melakukan patok banding (*benchmarking*).”

Pelaksanaan program pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* dilatarbelakangi oleh pemikiran tentang pentingnya mengetahui sejauh mana perusahaan menerapkan konsep *Good Corporate Governance*. Pada saat ini, suatu perusahaan belum diwajibkan mengikuti program pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index (CGPI)*. Walaupun demikian, perusahaan yang mengikuti program *pemeringkatan CGPI* mengalami peningkatan jumlah peserta setiap tahunnya. Penilaian *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* merupakan alat ukur yang dimiliki oleh *Indonesian Intstitut For Corporate Governance (IICG)* untuk mengukur sejauh mana perusahaan menerapkan konsep *Good Corporate Governance*. (IICG, 2006).

2.1.1.7 Penilaian Corporate Governance Perception Index (CGPI)

The Indonesian Intstitut For Corporate Governance (IICG) melakukan penilaian *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* melalui empat tahap. Keempat tahap tersebut yaitu:

1. *Self assessment* (Bobot nilai 15%)

Pengisian kuesioner *Self assessment* terkait penerapan *Good Corporate Governance (GCG)* dalam perspektif pengetahuan. Tahapan ini melibatkan seluruh organ dan anggota perusahaan serta para pihak yang berkepentingan lainnya (*stakeholders*) dalam memberikan tanggapan terhadap implementasi *GCG* di perusahaan. Daftar responden pada tahap ini terdiri dari dua kalangan responden yakni responden internal dan responden eksternal.

Responden internal terdiri dari jajaran manajemen (Presiden Komisaris, Presiden Direktur/ Direktur Utama), Dewan Pengawas Syariah (jika perusahaan berbasis syariah), anggota Komite dibawah Dewan Komisaris dan komite eksekutif, pegawai manajerial dan pegawai non manajerial termasuk *Corporate Secretary*, Audit Internal dan Wakil dari Serikat Pekerja. Responden eksternal terdiri dari investor institusi dan investor minoritas, lembaga pembiayaan, asuransi, asosiasi industri, regulator, mitra kerja, lembaga pemeringkat dan berbagai instansi lainnya yang berhubungan dengan perusahaan.

2. Kelengkapan Dokumen (Bobot nilai 25%)

Penelusuran kelengkapan dokumen dan bukti yang mendukung penerapan *Good Corporate Governance (GCG)* dalam perspektif pengetahuan. Kelengkapan dokumen mempersyaratkan pemenuhan dokumen terkait penerapan *GCG* dan praktik bisnis yang beretika serta kelengkapan sistem yang berlaku di perusahaan.

Dokumen yang disampaikan meliputi anggaran dasar, *board charter* untuk Dewan Komisaris, *Code of Conduct*, *Annual Report*, *Internal Audit Charter*, Prospektus, *Public Expose*, dan berbagai dokumen lainnya yang sesuai atau relevan dalam penilaian terhadap perusahaan.

3. Penyusunan Makalah dan Presentasi (Bobot nilai 12%)

Pada tahap ini perusahaan diminta untuk membuat penjelasan tentang kebijakan dan kegiatan perusahaan terkait *Good Corporate Governance (GCG)* dalam bentuk makalah dengan memperhatikan sistematika penyusunan yang telah ditentukan. Uraian makalah menggambarkan arah dan fokus penilaian yang sesuai dengan pedoman sistematika penulisan yang telah ditetapkan.

Secara garis besar, penulisan harus memenuhi kriteria teknis yakni sesuai dengan format penulisan serta memenuhi sistematika penulisan yang terdiri dari cover, lembar pengesahan dan isi. Untuk isi, makalah disusun dengan urutan-urutan yang diawali dengan abstrak yang memuat uraian ringkas terhadap isi makalah, kemudian pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang, tujuan, sasaran dan manfaat. Setelah bagian pendahuluan adalah bab utama yang menjelaskan pokok permasalahan sesuai dengan penilaian dari *CGPI*, kemudian bagian hasil yang dicapai dan ditutup dengan bagian penutup yang berupa kesimpulan dari makalah tersebut.

d. Observasi (Bobot nilai 48%)

Tahap observasi merupakan tahap klarifikasi dan konfirmasi data dan informasi seputar penilaian melalui diskusi dan kunjungan ke perusahaan.

Diskusi observasi melibatkan Dewan Komisaris, Direksi, dan pimpinan manajerial perusahaan.

Tujuan peninjauan langsung oleh tim penilaian *CGPI* untuk memastikan bahwa proses pelaksanaan serangkaian program pelaksanaan *GCG*. Pelaksanaan observasi dilaksanakan dalam bentuk diskusi (tanya jawab) dengan Dewan Komisaris dan Direksi serta pihak lain yang terkait dengan perusahaan. Selain itu tim penilai dapat melakukan verifikasi data-data dan dokumen yang dibutuhkan untuk kepentingan penilaian *CGPI* yang lebih akurat.

Pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* disusun berdasarkan kategori tingkat kepercayaan dengan selang nilai yang telah ditetapkan. Adapun hasil pemeringkatan tersebut dibagi kedalam tiga kategori berikut:

1. Sangat Terpercaya, rentang nilai 85-100
2. Terpercaya, rentang nilai 70-84
3. Cukup Terpercaya, rentang nilai 55-69

Setelah melakukan penilaian terhadap perusahaan yang mengikuti program *Corporate Governance Perception Index*, Pihak *The Indonesian Intstitut For Corporate Governance (IICG)* akan mempublikasikan hasil penilaian dan pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index* tersebut. Hasil dari pemeringkatan tersebut akan dipublikasikan melalui saluran berikut ini:

1. Penghargaan *CGPI Awards (Indonesia Most Trusted Companies)*
2. Pemaparan hasil pemeringkatan *CGPI* di Majalah *SWA* dalam Sajian Utama

3. Pemaparan hasil pemeringkatan *CGPI* di Laporan *CGPI* yang diterbitkan *IICG*
4. Pemaparan hasil pemeringkatan *CGPI* setiap perusahaan pada Laporan Hasil Riset Perusahaan peserta *CGPI*.
5. Publikasi hasil pemeringkatan *CGPI* pada *website IICG* dan *SWA*

2.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.1.2.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Tanggungjawab sosial perusahaan sejalan dengan interrelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Era keterbukaan informasi membuat masyarakat lebih mengetahui dampak negatif yang timbul dari kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh operasi perusahaan yang tidak bertanggungjawab. Semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat khususnya karena ilmu pengetahuan meningkatkan kesadaran dan perhatian terhadap lingkungan. Hal ini terjadi karena peningkatan pengetahuan masyarakat meningkatkan keterbukaan ekspektasi masa depan dan keberlanjutan pembangunan (Noor Hadi, 2011).

Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut Bank Dunia dalam Yusuf Wibisono (2007:7) yaitu:

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.”

Menurut Johnson dan Johnson dalam Noor Hadi (2011: 46) pengertian *CSR* adalah sebagai berikut:

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu tentang bagaimana suatu perusahaan mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi positif bagi lingkungannya.”

Selain menurut Bank Dunia dan Johnson, pengertian lainnya mengenai *Corporate Social Responsibility* dikemukakan oleh Savio Wermasubun (2008) yang menyebutkan bahwa :

“*Corporate responsibility* yaitu tanggungjawab sektor bisnis dalam kaitannya dengan semua pihak yang terlibat, mempengaruhi dan terkena dampak dari sebuah kegiatan bisnis. Meski tujuan utamanya adalah menghasilkan keuntungan, sebuah perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat.”

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Noor Hadi (2011) mendefinisikan *CSR* sebagai berikut:

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.”

2.1.2.2 Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut Noor Hadi (2011) adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan pengungkapan mengenai aktivitas tanggungjawab sosial yang telah

dilakukan perusahaan baik yang berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun maupun hal-hal yang berkaitan dengan dampak lingkungan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dilakukan melalui media laporan tahunan perusahaan.”

Pengertian lainnya dikemukakan oleh Hackston dan Milne. Pengertian pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut Hackston dan Milne (1996) adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau *Corporate Social Disclosure* adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan juga lingkungan dari kegiatan ekonomi yang telah dilakukan perusahaan terhadap kelompok yang berkepentingan serta masyarakat umum”.

2.1.2.3 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut David (2008) dalam Noor Hadi (2011: 59) *Corporate Social Responsibility* mempunyai tiga prinsip yaitu: “(1) *sustainability*, (2) *accountability*, (3) *Transparency*”.

Adapun pengertian dari ketiga prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Sustainability*

Sustainability berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya dimasa yang akan datang. Dengan demikian prinsip *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya memanfaatkan sumber daya agar memperhatikan generasi masa yang akan datang.

2. *Accountability*

Accountability merupakan upaya perusahaan untuk bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas diperlukan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan dalam membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

3. *Transparency*

Transparansi merupakan prinsip yang sangat penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan. Transparansi dapat mengurangi dampak asimetris informasi dan kesalahpahaman yang bisa membuat para pembuat keputusan salah dalam menentukan keputusan. Dengan melaksanakan prinsip transparansi, perusahaan tidak akan menutupi atau menyembunyikan informasi penting dan relevan yang dapat mempengaruhi kebijakan para pemangku kepentingan.

Prinsip lainnya dikemukakan oleh Alyson Warhurst dari University of Bath Inggris. Menurut Alyson Warhurst (1998) dalam Noor Hadi (2011) mengemukakan prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

Tabel 2.1

Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

NO	Prinsip	Uraian
1	Prioritas Korporat	Mengakui tanggung jawab sosial perusahaan sebagai prioritas tertinggi perusahaan, sehingga segala aktivitas (operasi) perusahaan tak dapat dilepas dari tanggungjawab sosial.

2	Manajemen Terpadu	Mengintegrasikan kebijakan, program dan praktik kedalam setiap kegiatan bisnis sebagai satu unsur manajemen dalam semua fungsi.
3	Proses Perbaikan	Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program dan kinerja sosial korporat, berdasarkan temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional.
4	Pendidikan Karyawan	Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta memotivasi karyawan.
5	Pengkajian	Melakukan kajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup satu fasilitas atau meninggalkan suatu lokasi proyek.
6	Produk dan Jasa	Mengembangkan produk dan jasa yang tidak berdampak negatif terhadap lingkungan.
7	Informasi Publik	Memberi informasi dan mendidik pelanggan, distributor, dan publik tentang penggunaan yang aman, dan begitu pula dengan jasa.
8.	Fasilitas dan Operasi	Mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak lingkungan.
9	Penelitian	Melakukan atau mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi, dan limbah yang terkait dengan kegiatan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana mengurangi dampak negatif.
10	Prinsip Pencegahan	Memodifikasi manufaktur, pemasaran, atau penggunaan produk dan jasa sejalan dengan penelitian mutakhir untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.
11	Kontaktor dan Pemasok	Mendorong penggunaan prinsip-prinsip tanggungjawab sosial korporat yang dijlankan kalangan kontraktordan pemasok, disamping itu bila diperlukan masyarakat perbaikan dalam

		praktik bisnis yang dilakukan kontraktor dan pemasok.
12	Siaga Menghadapi Darurat	Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan bahaya bekerjasama dengan layanan darurat, instansi berwenang, dan komunitas lokal. Sekaligus mengenali potensi bahaya yang muncul.
13	<i>Transfer Best Practice</i>	Berkontribusi pada pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lintas departemen pemerintah, lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggungjawab sosial.
14	Memberi Sumbangan	Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lintas departemen pemerintah, lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggungjawab sosial.
15	Keterbukaan	Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja publik, mengantisipasi dan memberi respon terhadap potential hazard dan dampak operasi, produk dan limbah.
16	Pencapaian dan pelaporan	Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut kepada dewan direksi, pemegang saham, pekerja, dan publik.

2.1.2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Tanggungjawab sosial perusahaan memiliki muatan strategis dalam mendukung konstruksi strategi perusahaan guna mewujudkan keunggulan kompetitif. Kegiatan sosial perusahaan dapat dikemas mewarnai berbagai bentuk kepedulian kepada *stakeholder* dalam promosi (Reinald Khasali, 2007).

Manfaat lain dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* diungkapkan oleh Noor Hadi. Menurut Noor Hadi (2011) manfaat dari *Corporate Social Responsibility* yaitu:

”manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)* antara lain mengurangi tuntutan hukum, meningkatkan apresiasi masyarakat, `meningkatkan nilai bagi masyarakat, mengurangi komplain masyarakat, membantu pemecahan masalah yang dihadapi masyarakat.”

Selain manfaat yang telah disebutkan diatas, Noor Hadi juga menyebutkan ada manfaat lain dari kegiatan sosial bagi perusahaan itu sendiri. Manfaat itu antara lain:

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, meningkatkan apresiasi investor di pasar modal, dan meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemilik dan sejenisnya.”

Menurut Adam dan Zutshi (2004) dalam Rahmawati Rahayu (2012:27) *Corporate Social Responsibility* dapat memberi banyak manfaat yaitu :

1. Peningkatan profit bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik.
2. Menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar.
3. Mampu meningkatkan reputasi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*).

2.1.2.5 Tujuan Perusahaan Melaksanakan *Corporate Social Responsibility*

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan dalam melakukan aktivitasnya. Demikian halnya dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility*. Adapun tujuan perusahaan melaksanakan program *CSR* menurut Chuck Williams (2001:123) adalah sebagai berikut :

“Tujuan perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi *stakeholders* dengan cara memenuhi tanggungjawab ekonomi, hukum, etika dan filantropis.”

Tujuan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tanggung jawab ekonomis. Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.
2. Tanggungjawab legal. Kata kuncinya: *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.
3. Tanggungjawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan *fair*. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Kata kuncinya: *be ethical*.
4. Tanggungjawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan

kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Kata kuncinya: *be a good citizen*. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*.

Tujuan lain dikemukakan oleh Noor Hadi (2011:156) yang menyebutkan tujuan perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

- a. Aktualisasi tanggungjawab perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan pengembangan masyarakat.
- b. Menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dan lingkungan sekitar.
- c. Implementasi perusahaan terhadap Visi Misi lingkungan yang telah ditetapkan.
- d. Tanggung jawab terhadap pemegang saham.
- e. Membangun *image* perusahaan.
- f. Komitmen perusahaan mengembangkan pembangunan berkelanjutan.

2.1.2.6 Komponen Dasar *Corporate Social Responsibility*

Menurut John Elkington (1997) yang dikutip oleh Hasibuan dan Sedyono (2006:73) menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu: *people*, *profit*, dan *planet*. Ketiga komponen inilah yang saat ini kerap dijadikan dasar perencanaan, pengungkapan dan

evaluasi (pelaporan) program-program *Corporate Social Responsibility* yang kemudian dikenal sebagai *triple bottom line*.

Penjelasan dari tiga komponen tersebut menurut Noor Hadi (2011) adalah sebagai berikut:

1. *Profit*

Profit merupakan satu bentuk tanggungjawab yang harus dicapai perusahaan. Hal ini untuk mempertahankan dan menjamin *going concern* dari perusahaan tersebut. Meski demikian perusahaan tidak hanya dituntut memperoleh keuntungan sebesar-besarnya bagi organisasi tetapi harus ikut berperan mensejahterakan para *shareholder*, meningkatkan kesejahteraan personil dalam perusahaan, serta memberikan kontribusi bagi masyarakat lewat pembayaran pajak.

2. *People*

People merupakan lingkungan masyarakat (*community*) dimana perusahaan berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Hampir tidak mungkin perusahaan mampu menjalankan operasi perusahaan secara *survive* tanpa bantuan masyarakat sekitar. Masyarakat merupakan unsur yang sangat penting bagi perusahaan karena masyarakat merupakan salah satu *input* bagi kegiatan operasional perusahaan. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan mendekati diri dengan masyarakat lewat strategi *social responsibility*.

3. *Planet*

Planet merupakan lingkungan fisik (sumber daya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan menopang, suatu konsep yang tidak dapat diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas kesimbangan cepat atau lambat akan menyebabkan kehancuran perusahaan dan masyarakat.

Sedangkan menurut pendapat Yusuf Wibisono (2007:32) mengemukakan bahwa :

“Pada dasarnya perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah 3P, selain mengejar *Profit* perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*)”.

Jadi berdasarkan pendapat diatas, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.

2.1.2.7 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Indikator pengungkapan *CSR* sebagaimana yang dikemukakan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)* adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2**Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

NO	Indikator
Aspek Ekonomi	
1	Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi.
2	Implikasi keuangan dan berbagai risiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan
3	Daftar cakupan kewajiban perusahaan
4	Bantuan keuangan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah.
5	Standar upah minimum
6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi.
7	Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal
8	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan
9	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi
Aspek Kinerja Lingkungan	
10	Material yang digunakan
11	Material bahan daur ulang yang digunakan.
12	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi utama.
13	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi utama secara tidak langsung.
14	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konservasi yang lebih baik.
15	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber daya terbaru serta pengurangan penggunaan energi.
16	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan.
17	Pemakaian air dari sumbernya.
18	Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan terhadap sumber mata air.
19	Air yang didaur ulang dan digunakan kembali
20	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, di kelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi

21	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati yang ada di wilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi.
22	Habitat yang dilindungi.
23	Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
24	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi.
25	Emisi gas rumah kaca secara langsung.
26	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung.
27	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca
28	Program untuk mengurangi perusak lapisan ozon.
29	Jenis emisi udara
30	Total air yang dibuang.
31	Limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
32	Total biaya pengolahan limbah.
33	Berat dari limbah yang ditransportasikan, di inport, diekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya.
34	Inisiatif mengurangi dampak buruk pada lingkungan.
35	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keaneka ragaman hayati.
36	Persentase dari produk yang terjual dan materi kemasan yang dikembalikan.
37	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup.
38	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yng digunakan perusahaan dalam operasinya mengirim produk
39	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan.
Aspek Tenaga Kerja	
40	Komposisi tenaga kerja.
41	Jumlah total rata-rata turnover tenaga kerja
42	Benefit yang diberikan kepada pegawai
43	Perjanjian kerja bersama.
44	Pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk

	mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian
45	Komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja
46	Tingkat dan jumlah kecelakaan kerja
47	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan, dan pengendalian resiko yang diadakan untuk membantu pegawai
48	Hal-hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian bersama serikat pekerja.
49	Waktu rata-rata untuk pelatihan setiap tahunnya , setiap pegawai berdasarkan katagori pegawai.
50	Program keterampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai
51	Pegawai yang menerima penilaian pegawai atas peforma dan perkembangan mereka secara berkala.
52	Komposisi tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan katagori jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekargaman lainnya.
53	Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan katagori pegawai.
Aspek Hak Asasi Manusia	
54	Perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asai manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia
55	Mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip-prinsip HAM yang telah dijalankan.
56	Pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait denagn aspek Hak Asasi Manusia
57	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah.
58	Hak untuk berserikat dan berundinagn bersama
59	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pekerja anak.
60	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja paksa
61	Petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM
62	Kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil.

Aspek Kemasyarakatan	
63	Sifat, cakupan, dan keefektifan atas program dan kegiatan apapun yang menilai mengenai dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi, selama beroperasi dan pasca operasi.
64	Unit usaha yang dianalisa memiliki resiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi.
65	Pelatihan pegawai dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi.
66	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan korupsi.
67	Kontribusi dalam pengembangan kebijakan publik
68	Sumbangan kepada partai politik, politisi, dan instansi terkait.
69	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya akibat pelanggaran hukum dan kebijakan.
70	Hukuman akibat pelanggaran persaingan usaha.
Aspek Tanggungjawab Produk	
71	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa.
72	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen
73	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.
74	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk atau jasa
75	Praktek-praktek yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen.
76	Program-program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, dan promosi
77	Jumlah total khusus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
78	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen
79	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

Selain menurut *Global Reporting Initiative (GRI)*, indikator untuk mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga dikemukakan oleh Edy Rismanda Sembiring. Indikator-indikator untuk mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut Edy Rismanda Sembiring (2005) adalah sebagai berikut :

1) Lingkungan

- a) Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi.
- b) Operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
- c) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
- d) Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
- e) Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
- f) Penggunaan material daur ulang
- g) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
- h) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
- i) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
- j) Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
- k) Pengelolaan limbah.

- l) Riset mengenai pengelolaan limbah.
 - m) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
 - n) Perlindungan lingkungan hidup.
- 2) Energi
- a) Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
 - b) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
 - c) Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
 - d) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
 - e) Peningkatan efisiensi energi dan produk.
 - f) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
 - g) Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.
- 3) Kesehatan dan Keselamatan Kerja
- a) Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
 - b) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
 - c) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
 - d) Mentaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
 - e) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
 - f) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
 - g) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
 - h) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.

4) Tenaga Kerja

- a) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita / orang cacat.
- b) Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita / orang cacat dalam tingkat managerial.
- c) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita / orang cacat dalam pekerjaan.
- d) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
- e) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
- f) Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
- g) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
- h) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
- i) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
- j) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
- k) Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun.
- l) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
- m) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
- n) Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
- o) Mengungkapkan disposisi staff dimana staff ditempatkan.
- p) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
- q) Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja.

- r) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
- s) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
- t) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
- u) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan keputusan dan motivasi kerja.
- v) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
- w) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
- x) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
- y) Melaporkan gangguan dan aksitenaga kerja.
- z) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
- aa) Peningkatan kondisi kerja secara umum.
- bb) Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
- cc) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.

5) Produk

- a) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasan.
- b) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
- c) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
- d) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
- e) Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
- f) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.

- g) Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk.
- h) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
- i) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan.
- j) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya, ISO 9000).

6) Keterlibatan Masyarakat

- a) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni.
- b) Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar.
- c) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
- d) Membantu riset media.
- e) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
- f) Membiayai program beasiswa.
- g) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
- h) Mensponsori kampanye nasional.
- i) Mendukung pengembangan industri lokal.

7) Umum

- a) Pengungkapan tujuan. Kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.

- b) Informasi hubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebut di atas.

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Suad Husnan (2006:6) nilai perusahaan adalah "...harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual." Sedangkan menurut Martin, *et al* (2010:11) nilai perusahaan adalah: "...nilai atau harga pasar yang berlaku atas saham umum perusahaan."

Pengertian Nilai Perusahaan menurut Andri dan Hanung (2007) dalam Nica Febrina (2010: 5) yaitu " nilai perusahaan adalah nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya".

Pendapat Reny Dyah Retno (2012) mengenai Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut:

"Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham".

Pendapat lain mengenai pengertian nilai perusahaan dikemukakan oleh Fany Rosa. Menurut Fany Rosa (2012) pengertian nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan mengelola perusahaan”.

2.1.3.2 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Untuk mengukur nilai perusahaan, terdapat beberapa alat ukur untuk menghitung besarnya nilai perusahaan tersebut. Menurut Weston dan Copeland (2008:244) rasio untuk mengukur nilai perusahaan terdiri dari: *Price Earning Ratio (PER)*, *Price to Book Value (PBV)*, dan Rasio Tobin's Q.

Adapun pengertian dari ketiga rasio tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Price Earning Ratio*

Menurut Ang (2007:324) “*Price Earning Ratio* merupakan perbandingan antara harga pasar atau saham dengan *earning per share* dari saham yang bersangkutan.”

2. *Price to Book Value*

Menurut Ni Gusti Putu Wiranti (2008) dalam Linda Lufianti (2011), pengertian *Price to Book Value* adalah: “*Price to Book Value* merupakan rasio untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan”. Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi sebagai perusahaan yang terus tumbuh.

3. Rasio Tobin's Q

Satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin pada tahun 1967. Semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004)

Tobin's Q memasukan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya unsur saham biasa saja. Brealey dan Myers (2000) dalam Sukamulja (2004) menyebutkan bahwa perusahaan dengan Tobin's Q yang tinggi biasanya memiliki *brand image* perusahaan yang sangat kuat. Perusahaan sebagai entitas ekonomi tidak hanya menggunakan ekuitas dalam mendanai kegiatan operasionalnya, namun juga dari sumber lain seperti hutang, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Oleh karena itu, penilaian yang dibutuhkan perusahaan tidak hanya dari investor saja namun juga dari kreditur. Semakin besar pinjaman yang diberikan oleh kreditur, menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang diberikan, hal ini menunjukkan perusahaan memiliki nilai perusahaan yang lebih besar

Menurut White *et al.* (2002) rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{EMV+D}{EBV+D}$$

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (*Equity Market Value*), yang diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*closing price*) akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun

EBV = Nilai buku dari ekuitas (*Equity Book Value*), yang diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan total kewajiban

D = Nilai buku dari total utang

2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Djoko Wiharjo (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut:

- *Debt To Equity Ratio*
- *Dividend Payout Ratio*
- *Return on Assets*
- *Firm Size*

Selain pendapat dari Djoko Wiharjo, faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan juga dikemukakan oleh Rika Susanti. Menurut Rika Susanti (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

- *Corporate Governance*
- *Net Profit Margin*

- *Dividend Payout Ratio*

- *Investment Opportunity*

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan penulis ini mengacu kepada beberapa penelitian sebelumnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.3

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Reny Diah Retno	2012	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh bukti bahwa: 1. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. <i>Good Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai persahaan.	1. Variabel bebas yang digunakan yaitu <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> . 2. Variabel terikat yang digunakan yaitu Nilai Perusahaan. 3. Populasi penelitian tersebut mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	1. Penelitian tersebut memakai variabel kontrol yaitu <i>size</i> , jenis industri, <i>leverage</i> . 3.. Periode yang digunakan pada penelitian ini yaitu tahun 2007-2010. Sedangkan periode penelitian yang dilakukan penulis yaitu tahun 2009-2013.
2	Titi Suhartati, Sabar Warsini,	2011	Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh bukti bahwa: 1. Pengungkapan	1. Variabel Bebas yang digunakan yaitu	1. Pada Penelitian ini <i>GCG</i> diprosikan

	dan Nedsal Sixpria		dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<p><i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga meskipun memiliki arah positif tetapi variabel independen ini tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Praktik <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> yang diprosikan dengan jumlah dewan komisaris (<i>Board Size</i>), dewan komisaris independen (<i>Independent Board</i>) mempunyai hasil sebagai berikut: a. Jumlah dewan komisaris signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. b. Jumlah dewan komisaris Independent signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i></p> <p>2. Variabel terikat yang digunakan yaitu Nilai Perusahaan</p>	<p>menjadi tiga unsur yaitu <i>Board size</i>, <i>Board Independent</i>, dan <i>Board Comitte</i>.</p> <p>2. Populasi penelitian tersebut yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</p> <p>3. Penelitian tersebut memakai variabel kontrol yaitu <i>size</i>, <i>age</i>, dan <i>sales growth</i>.</p>
3	Hanni Chyntia P	2013	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel <i>Moderating</i>	<p>1. Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Variabel kepemilikan manajerial memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperlemah hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.</p>	<p>1. Variabel bebas yang digunakan yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Variabel terikat yang digunakan yaitu Nilai Perusahaan</p>	<p>1. Penelitian ini menggunakan variabel <i>moderating</i> yaitu kepemilikan manjerial.</p> <p>2. Periode penelitian pada penelitian ini yaitu tahun 2010-2011. Sedangkan periode penelitian yang</p>

						dilakukan penulis yaitu tahun 2009-2013.
4	Ramadhan Sukma Perdana	2014	Analisis Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<p>1. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3. Komite Audit berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4. Proporsi komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>5. Eksternal auditor berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>6. Variabel kontrol ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan</p>	<p>1. Variabel bebas yang digunakan yaitu <i>Good Corporate Governance</i></p> <p>2. Variabel Terikat yang digunakan yaitu Nilai Perusahaan</p>	<p>1. Penelitian tersebut hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu <i>Corporate Governance</i></p> <p>2. Pada penelitian tersebut <i>Corporate Governance</i> diprosikan kedalam lima unsur yaitu komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan eksternal audit.</p> <p>3. penelitian tersebut menggunakan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan.</p>

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Hubungan *Good Corporate Governance* Dengan Nilai Perusahaan

Penerapan *Good Corporate Governance* dapat meminimalisir praktik-praktik kecurangan yang dilakukan manajemen perusahaan. Praktik-praktik

manipulasi tersebut dapat merugikan para investor sehingga investor tidak lagi percaya pada institusi pasar modal. Akibat kepanikan dan ketidakpercayaan, para investor tersebut menarik modal besar-besaran dan secara beruntun dari bursa sehingga menimbulkan tekanan berat pada indeks harga saham di bursa. Penerapan konsep *Good Corporate Governance (GCG)* merupakan salah satu upaya untuk memulihkan kepercayaan investor (Sukrisno Agoes, 2011).

Indra Surya dan Ivan Yustiavandana (2007) menyatakan bahwa tujuan dan manfaat dari *Good Corporate Governance* adalah untuk meningkatkan keyakinan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Konsep *GCG* merupakan upaya perbaikan terhadap sistem, proses, dan seperangkat peraturan dalam pengelolaan organisasi.

Adhi Pamungkas (2014) menyatakan bahwa dari sebanyak 25 perusahaan peringkat teratas yang menerapkan *Good Corporate Governance* dengan baik mampu menaikkan nilai sahamnya. *Good Corporate Governance* juga dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (2002) dalam Noor Laila (2011) yang menyatakan bahwa: “Perusahaan yang menerapkan *Good Corporate Governance* akan mengalami perbaikan citra dan peningkatan nilai perusahaan.”

Menurut Reny Dyah Retno (2012) menyatakan bahwa: “Penerapan *Good Corporate Governace* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin

tinggi tingkat implementasi *Good Corporate Governance (GCG)* semakin tinggi nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan tingginya harga saham perusahaan.”

2.2.2 Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dengan Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan (Rimba Kusumadilangga, 2010).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Rara Saraswati (2012) menyatakan bahwa:

“Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan.”

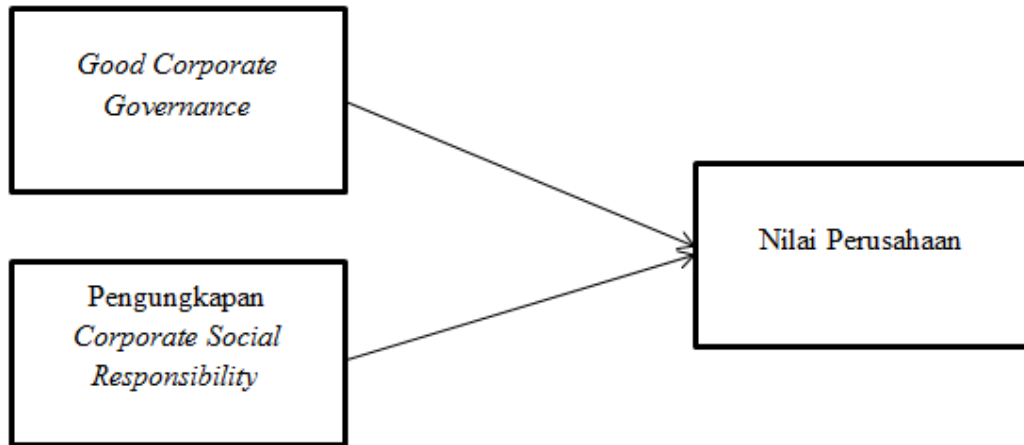
Penelitian yang dilakukan oleh Rara Saraswati sejalan dengan penelitian oleh Belkaoui dan Karpik (1998) dalam Noor Hadi (2011) yang mengungkapkan

bahwa: “Ketidakefektifan pengeluaran sosial perusahaan dapat mereduksi kepercayaan investor dan menekan variabilitas harga sekuritas perusahaan.”

Corporate Social Responsibility merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya laporan kegiatan CSR perusahaan atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukannya. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan semakin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan (Hanny Cyntia, 2013).

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan pendapat Fonbrun dan Shanley dalam Serafeim (2010) menyatakan bahwa dalam teori *stakeholders*, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan mengarahkan pada kinerja yang lebih baik melalui perlindungan dan peningkatan reputasi dan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas maka kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
3. *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan