

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1 Pengertian Profitabilitas

Daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) dalam suatu perseroan adalah profitabilitas. Dalam konteks ini profitabilitas berarti hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang diinvestasikan pemilik perusahaan.

Pengertian profitabilitas menurut Mamduh M. Hanafi (2012:81):

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Ada tiga rasio yang sering dibicarakan yaitu *profit margin*, *return on asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE).”

Kasmir (2015:114) mengatakan bahwa:

“Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.”

Menurut Sudana (2011:22) bahwa:

“*Porfitability ratio* mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.”

Menurut Sartono (2012:122) bahwa:

“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, assets maupun laba bagi modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat bekepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.”

2.1.1.2 Tujuan Penggunaan Rasio Profitabilitas

Tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2015:197):

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

2.1.1.3 Manfaat Penggunaan Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Sementara itu manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas menurut Kasmir (2015:198) adalah sebagai berikut:

1. “Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
2. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
3. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan laba sendiri.

4. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
5. Manfaat lainnya.”

2.1.1.4 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Adapun jenis-jenis profitabilitas dalam buku Sartono (2012:113), sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui persentase laba kotor dari penjualan perusahaan.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Net Profit Margin* digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3. *Profit Margin* digunakan untuk menghitung laba sebelum pajak dibagi total penjualan.

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Penjualan}}$$

4. *Return On Investment* atau *Return On Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

$$\text{Return on investment/Assets} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

6. *Return On Equity* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, melalui rasio inilah investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Rasio profitabilitas yang sering digunakan yaitu *Return on Assets (ROA)*, *Return on Investment (ROI)*, *Return on Equity (ROE)*, *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*.

Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang di anggap perlu di ketahui. Hery (2016:193)

Dari semua rasio profitabilitas di atas, penulis hanya akan menggunakan rasio *Return On Equity (ROE)*, karena rasio ini menunjukkan kesuksesan manajemen dalam memaksimalkan tingkat kembalian pada pemegang saham. *Return On Equity* merupakan salah satu variabel yang terpenting yang dilihat investor sebelum mereka berinvestasi. ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Investor yang akan membeli saham akan tertarik dengan ukuran profitabilitas ini, atau bagian dari total profitabilitas yang bisa dialokasikan ke pemegang saham. Hanafi dan Halim (2012:177).

2.1.1.5 *Return On Equity (ROE)*

Return on equity adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri kasmir (2015:204). Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Rasio yang paling penting adalah pengembalian atas ekuitas (*return on equity*), yang merupakan laba bersih bagi pemegang saham di bagi dengan total ekuitas pemegang saham. Brigham & Houston (2011:133)

Pengertian *Return On Equity (ROE)* menurut Sartono (2012:124)

ROE yaitu:

“Mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang besar maka rasio ini akan besar”.

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2012:84) ROE adalah sebagai berikut:

“Rasio ini mengukur kemampuan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.”

Pengertian (ROE) menurut Agus Harjito dan Martono (2010:61) adalah sebagai berikut :

”*Return On Equity* sering disebut rentabilitas modal sendiri dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri.”

Menurut Kasmir (2015:204) Rumus untuk mencari *Return on Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Interest and tax}}{\text{Equity}}$$

Kasmir (2015 : 204)

2.1.1.6 Manfaat Dan Tujuan *Return On Equity*

Menurut Kasmir (2015:198) Manfaat yang diperoleh dari penggunaan rasio ROE adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
2. Mengetahui produktivitas dari seluruh dan perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
3. Untuk mengetahui efisiensi penggunaan modal sendiri maupun pinjaman.

Sementara itu, menurut Kasmir (2015:197) Tujuan penggunaan rasio *Return On Equity* bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
2. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik pinjaman maupun modal sendiri.
3. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri maupun pinjaman.

2.1.2 Nilai Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kamakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan dapat

dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Martono dan Harjito 2010:34)

Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan”.

Menurut Agus Sartono (2012:9) nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”.

Farah Margareta (2011:7) mengemukakan bahwa:

“Nilai perusahaan yang sudah *go public* tercermin dalam harga pasar saham perusahaan sedangkan pengertian nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual (total aktiva dan prospek perusahaan, risiko usaha, lingkungan usaha, dan lain lain).”

Berdasarkan definisi diatas, dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, seperti yang dikemukakan oleh Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) bahwa:

“Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual-belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan”.

2.1.2.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Menurut I Made Sudana (2011:7) teori-teori di bidang keuangan memiliki satu fokus, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the shareholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah go public, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

- a. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
- b. Mempertimbangkan faktor resiko.
- c. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
- d. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

2.1.2.3 Konsep Nilai Perusahaan

Menurut Christawan dan Tarigan (2007) beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai perusahaan di antaranya sebagai berikut :

1. Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam nggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga di tulis jelas dalam surat saham kolektif
2. Nilai pasar atau sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan di jual di pasar saham
3. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai rill suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.

5. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan di likuidasi.

2.1.2.4 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Weston dan Copelan (2008:244) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari:

- a. *Price Earning Ratio* (PER)
- b. *Price to Book Value* (PBV)
- c. *Tobin's Q*

a. *Price Earning Ratio* (PER)

PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. PER dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

b. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga pasar per lembar .}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

c. *Tobin's Q*

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston dan Copeland, 2004). Rasio ini

merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi incremental. *Tobin's Q* dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumusnya sebagai berikut :

$$q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

Keterangan:

- Q : nilai perusahaan
 EMV (nilai pasar ekuitas) : closing price saham x jumlah saham yang beredar
 D : nilai buku dari total hutang
 EBV : nilai buku dari total asset

Menurut Irham Fahmi (2013:138), rasio penilaian terdiri dari:

- a. *Earning Per Share (EPS)*
- b. *Price Earning Ratio (PER)* atau Rasio Harga Laba
- c. *Price Book Value (PBV)*

Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Earning Per Share (EPS)*

Earning Per Share atau pendapatan per lembar saham adalah pemberian keuntungan yang diberikan kepada pemegang saham dari setiap lembar yang dimiliki.

Adapun rumus *earning per share* adalah:

$$EPS = \frac{EAT}{J_{sb}}$$

Keterangan:

EPS = *Earning Per Share*

EAT = *Earning After Tax* atau Pendapatan setelah pajak

J_{sb} = Jumlah saham yang beredar

b. *Price Earning Ratio (PER)*

Rasio ini diperoleh dari harga pasar saham biasa dibagi dengan laba per lembar saham (*Earning Per Share*) sehingga semakin tinggi rasio ini akan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan juga semakin membaik.

Adapun rumus *Price Earning Ratio (PER)* adalah:

$$PER = \frac{MPS}{EPS}$$

Keterangan:

PER = *Price Earning Ratio*

MPS = *Market Price Pershare* atau Harga Pasar per saham

EPS = *Earning Per Share* atau laba per lembar saham

c. *Price Book Value (PBV)*

Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar makin percaya akan prospek perusahaan tersebut

$$PBV = \frac{MPS}{BVS}$$

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price per Share* atau harga pasar per saham

BVS = *Book Value per Share* atau Nilai buku per saham

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Price Book Value* dalam mengukur nilai perusahaan, karena *Price book value* menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi rasio *price book*

value dapat diartikan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Menurut Brigham (2011:151) rasio harga pasar suatu saham terhadap nilai bukunya memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan. Perusahaan dipandang baik oleh investor yang artinya perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman serta terus mengalami pertumbuhan, dijual dengan rasio nilai buku yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan pengembalian yang rendah.

Menurut Brigham dan Houston (2011:151) *price to book value* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai Buku per lembar saham}}$$

2.1.2.5 Saham

Pengertian saham menurut Sunariyah (2011:126) yang dimaksud dengan saham adalah sebagai berikut:

“Surat berharga yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas (PT) atau yang biasa disebut emitmen. Saham menyatakan bahwa pemilik saham tersebut juga pemilik sebagian dari perusahaan tersebut.”

pengertian saham menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011:5) adalah sebagai berikut:

“Sebagai tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan. Saham berwujud selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut”.

Selembur saham mempunyai nilai atau harga dan dapat dibedakan menjadi

3 (tiga), yaitu:

- a. Harga Nominal
 Harga yang tercermin dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan, besarnya harga nominal memberikan arti penting saham karena dividen minimal biasanya ditetapkan berdasarkan nilai nominal.
- b. Harga Perdana
 Harga ini merupakan pada waktu harga saham tersebut dicatat di bursa efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi (*under writer*) dan emiten, dengan demikian akan diketahui berapa harga saham emiten itu akan dijual kepada masyarakat biasanya untuk menentukan harga perdana.
- c. Harga Pasar
 Jika harga perdana merupakan harga jual dari perjanjian emisi kepada investor, maka harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain, harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatatkan di bursa, transaksi di sini tidak lagi melibatkan emiten dari penjamin emisi harga ini yang disebut sebagai harga di pasar sekunder.

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai saham maka dapat di artikan saham yaitu suatu tanda seseorang dalam kepemilikan suatu perusahaan dimana dengan berwujud kertas yang mempunyai nilai atau harga.

2.1.2.6 Investasi

Pengertian investasi menurut Tandelilin (2010:3) adalah sebagai berikut:

“Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa yang akan datang.”

Pengertian investasi menurut Sunariyah (2011:4) adalah sebagai berikut :

“Investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa-masa yang akan datang.”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa investasi adalah sejumlah komitmen atas sejumlah dana selama waktu tertentu untuk mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang.

Menurut Sunariyah (2011:4) macam-macam investasi dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Investasi dalam bentuk aktiva rill (*real asset*) berupa aktiva berwujud seperti emas, perak, intan, barang-barang seni, dan real estate.
2. Investasi dalam bentuk surat-surat berharga (*financial asset*) berupa surat-surat berharga yang pada dasarnya merupakan klaim atas aktiva rill yang dikuasai oleh entitas. Pemilihan aktiva financial dalam rangka investasi pada sebuah entitas dapat dilakukan dengan dua cara:
 - a. Investasi langsung (*direct investment*)
Investasi langsung dapat diartikan sebagai suatu kepemilikan surat-surat berharga secara langsung dalam suatu entitas yang secara resmi telah go public dengan harapan akan mendapatkan keuntungan berupa penghasilan dividend dan capital gain.
 - b. Investasi tidak langsung (*indirect investment*)
Investasi tidak langsung terjadi bilamana surat-surat berharga yang dimiliki diperdagangkan kembali oleh perusahaan investasi (*investment company*) yang berfungsi sebagai perantara.

2.1.3 Corporate Social Responsibility

2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Pengertian Sukrisno Agoes (2011:32) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai berikut :

“Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab perusahaan baik terhadap karyawan di perusahaan itu sendiri (internal)

dan diluar perusahaan (eksternal) karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungannya.”

Menurut Nor Hadi (2014:48) *Corporate Social Responsibility* adalah:

“Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang di arahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang di barengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.”

Menurut Johnson dan Johnson dalam Noor Hadi (2014: 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.”

Menurut Hendrik Budi Untung (2008:1) adalah sebagai berikut:

“*Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan”.

Dari beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan yang terkait dengan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2.1.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan menurut

Hendrik Budi Untung (2008:6) sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
2. Mendapat lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.

6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Menurut Lako (2011:103), manfaat yang diperoleh perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR adalah

1. Profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan akan semakin kokoh
2. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen;
3. Meningkatnya komitmen etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan;
4. Menurunnya kerentanan gejala sosial dan resistensi komunitas sektiar karena merasa diperhatikan dan dihargai perusahaan
5. Meningkatnya reputasi, *corporate branding*, *goodwill (intangible asset)* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang

2.1.3.3 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2014:59) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sebagai berikut :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.
2. *Accountability*, upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktifitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas perusahaan dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan. menunjukkan bahwa tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholders eksternal, serta meningkatkan transaksi dalam perusahaan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak ekstenal. Transaksi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.”

2.1.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Princes of Wales Foundation dalam Hendrik Budi Untung (2008:11) ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi *Corporate Social Responsibility*, yaitu :

1. Menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia.
2. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan.
3. *Good Corporate Governance* yaitu mekanisme bagaimana sumber daya perusahaan dialokasikan menurut aturan hak dan kuasa.
4. *Social cohesion*, artinya dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial.
5. *Economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan publik, apabila dilihat dari investor *global* yang memiliki idealisme tertentu, dengan aktivitas *Corporate Social Responsibility*, saham perusahaan dapat lebih bernilai. Investor akan rela membayar mahal karena kita membicarakan tentang *sustainability* dan *acceptability*. Sebab itu terkait dengan risiko bagi investor. Investor menyumbangkan *social responsibility* dalam bentuk premium nilai saham. Itu sebabnya ada pembahasan tentang *corporate social responsibility* pada *annual report*, karena investor ingin bersosial dengan membayar saham perusahaan secara premium. Kalau perusahaan anda tergolong *high-risk* investor akan menghindar. Jadi, dari uraian tersebut tampak bahwa faktor yang mempengaruhi implementasi *corporate social responsibility* adalah komitmen pemimpin perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

2.1.3.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR merupakan cara pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap stakeholder. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi stakeholder. Nuswandari (2009) menyatakan bahwa informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

Nuswandari (2009) menyatakan bahwa pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) adalah :

“Informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal suatu negara. Setiap emiten atau perusahaan publik yang terdaftar di bursa efek wajib menyampaikan laporan tahunan secara berkala dan informasi lainnya kepada Bapepam dan publik”

Selain itu Nuswandari (2009) menyatakan bahwa pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah :

“Penyampaian informasi yang diberikan secara sukarela oleh perusahaan di luar pengungkapan wajib. Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan pasar modal yang berlaku. Perusahaan memiliki keleluasaan dalam melakukan pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan sehingga menimbulkan adanya keragaman atau variasi luas pengungkapan sukarela antar perusahaan.”

Tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib (*mandatory*) bagi kriteria perusahaan tertentu seperti yang diungkapkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa :

1. Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.”

Selain perusahaan wajib melakukan kegiatan CSR, perusahaan juga wajib mengungkapkannya dalam annual report seperti yang disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat (2) bahwa :

laporan tahunan sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) harus memuat sekurang-kurangnya :

- a. Laporan keuangan yang terdiri atas sekurang-kurangnya neraca akhir tahun buku yang baru lampau dalam perbandingan dengan tahun buku sebelumnya, laporan laba rugi dai tahun buku yang bersangkutan, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas, serta catatan atas keuangan tersebut;
- b. Laporan mengenai perseroan;
- c. Laporan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan;
- d. Rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang mempengaruhi kegiatan usaha perseroan;
- e. Laporan mengenai tugas pengawasan yang telah dilaksanakan oleh Dewan Komisaris selama tahun buku yang baru lampau;
- f. Nama anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris;
- g. Gaji dan tunjangan bagi anggota Direksi dan gaji atau honorarium dan tunjangan bai anggota Dewan Komisaris Perseroan untuk tahun baru yang lampau.”

Dapat dilihat pada point c, yang menyatakan bahwa adanya kewajiban bagi para emiten di bursa efek untuk melakukan pengungkapan CSR. Namun demikian item-item apa saja yang harus diungkapkan hingga saat ini belum ada peraturan baku yang mengaturnya. Oleh karena itu item-item CSR yang

diungkapkan perusahaan masih merupakan informasi yang bersifat sukarela (voluntary).

Lako (2011:65) menganjurkan perusahaan untuk bisa mulai mengadopsi *Sustainability Reporting Guideliness* (SRG) dari *Global Reporting Initiative* (GRI) karena belum adanya pedoman dari pemerintah dan Ikatan Akuntan Indonesia. GRI memberikan pedoman yang cukup komprehensif bagi perusahaan dalam pelaporan informasi terkait dengan biaya (*cost*), dan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Definisi *Sustainability Reporting* menurut Lako (2011:64) adalah:

“Pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability report* membahas pelaporan perusahaan tentang tanggung jawabnya terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial yang akan mempengaruhi perusahaan secara keseluruhan”.

Sampai saat ini belum ada standar baku yang mengatur tentang pengungkapan CSR. Sehingga sejumlah institusi menciptakan item laporan yang bisa berlaku universal untuk semua perusahaan. Salah satu yang terkenal adalah *Global Reporting Initiative* (GRI) yang diluncurkan pada tahun 1997. Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep GRI sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat dari konsep *sustainability development*.

2.1.3.6 *Global Reporting Initiative (GRI)*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen pengukuran CSR *Disclosure* berdasarkan *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI adalah sebuah organisasi nonprofit yang memiliki *concern* terhadap *sustainability development*. Sampai saat ini belum ada standar baku yang mengatur tentang pengungkapan CSR. Sehingga sejumlah institusi menciptakan item laporan yang bisa berlaku universal untuk semua perusahaan. Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat dari konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja tetapi juga dari sudut pandang sosial dan lingkungan.

GRI Guidelines Versi 3 menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standar disclosure. Kategori CSR menggunakan standar dari GRI berisi 6 indikator yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Dalam indikator tersebut terdapat kategori yang berjumlah 79 indikator (ekonomi 9 kategori, lingkungan 30 kategori, tenaga kerja 14 kategori, hak asasi

manusia 9 kategori, sosial 8 kategori, dan produk 9 kategori) jenis kategori. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Rincian untuk indikator pengungkapan sosial dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 2.1

Indeks Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI Indikator

INDIKATOR KINERJA	ASPEK
EKONOMI	Aspek: Kinerja Ekonomi
	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
	Aspek : Kehadiran Pasar
EKONOMI	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
	Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
	Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung
	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.
	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas

	dampaknya.
LINGKUNGAN	Aspek: Material
	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
	Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.
	Aspek: Energi
	Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.
	Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
	Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
	Aspek: Air
	Total pengambilan air per sumber.
	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
	Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)
	Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi?) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
	Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
	Perlindungan dan Pemulihan Habitat.
	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.

LINGKUNGAN	Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (IUCN Red List Species) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
	Aspek: Emisi, Efluen dan Limbah
	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.
	NOx, SOx dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
	Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
	Aspek: Produk dan Jasa
	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.	
Aspek: Kepatuhan	
Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.	
LINGKUNGAN	Aspek: Pengangkutan/Transportasi
	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan

	<p>produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.</p> <p>Aspek: Menyeluruh</p> <p>Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan</p>
TENAGA KERJA	<p>Aspek: Pekerjaan</p> <p>Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.</p> <p>Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.</p> <p>Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.</p> <p>Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen</p> <p>Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.</p> <p>Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.</p> <p>Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan</p> <p>Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.</p> <p>Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.</p> <p>Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.</p> <p>Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.</p> <p>Aspek: Pelatihan dan Pendidikan</p>
TENAGA KERJA	<p>Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.</p> <p>Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran</p>

	<p>sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.</p> <p>Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.</p> <p>Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara</p> <p>Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karya-wan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.</p> <p>Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.</p>
HAK ASASI MANUSIA	<p>Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan</p> <p>Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.</p> <p>Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.</p> <p>Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.</p> <p>Aspek: Nondiskriminasi</p> <p>Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.</p> <p>Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul</p> <p>Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.</p> <p>Aspek: Pekerja Anak</p> <p>Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.</p> <p>Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib</p> <p>Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang</p>
HAK ASASI MANUSIA	<p>Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang</p>

	<p>signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.</p>
	Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan
	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
	Aspek: Hak Penduduk Asli
	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
SOSIAL	Aspek: Komunitas
	Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
	Aspek: Korupsi
	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
	Aspek: Kebijakan Publik
	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
SOSIAL	Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing
	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
	Aspek: Kepatuhan
	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
	Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan
	Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk

PRODUK	penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
	Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa
	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
	Aspek: Komunikasi Pemasaran
	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
	Aspek: Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan
Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.	
Aspek: Kepatuhan	
Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.	
PRODUK	

2.1.3.7 Metode Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility diukur dengan cara yaitu setiap item pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Dimana instrumen pengukuran dalam checklist yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang dibuat oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang dapat diperoleh melalui situs www.globalreporting.org. Dalam GRI terdapat 79 indikator pengungkapan. Rumus perhitungan pengungkapan CSR adalah sebagai berikut (Sayekti dan Wondabio, 2007) :

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

Keterangan :

$CSRI_{ij}$ = *Corporate Social Responsibility* index perusahaan j tahun i

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item diungkapkan perusahaan

N_j = Jumlah item perusahaan j, $N_j \leq 79$

2.1.4 *Good Corporate Governance*

2.1.4.1 *Pengertian Good Corporate Governance*

Istilah “*corporate governance*” pertama kali diperkenalkan oleh Cadbury Committee, Inggris di tahun 1922 yang menggunakan istilah tersebut dalam laporannya yang dikenal sebagai Cadbury Report. Definisi dari *Cadbury Committee of United Kingdom* dalam Sukrisno Agoes & I Cenik Ardana (2011:101) mendefinisikan *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

“A set of rules that define the relationship between shareholders, managers, creditors, the government, employess, and other internal and external stakeholders in respect to their right and responsibilities, or the system by which companies are directed and controlled

Menurut Sukrisno Agoes (2011:101) *Good Corporate Governance* sebagai berikut:

“Tata kelola yang baik sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan peran Dewan Komisaris, peran 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”.

Pengertian *Good Corporate Governance* menurut Amin Widjaja Tunggal (2013:24) :

“Corporate Governance adalah sistem yang mengatur, mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha untuk menaikkan nilai saham, sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada stakeholders, karyawan dan masyarakat sekitar”.

2.1.4.2 Prinsip *Good Corporate Governance*

Menteri Negara BUMN mengeluarkan Keputusan Nomor Kep-117/MMBU/2002 tentang penerapan GCG dalam Sukrisno Agoes & I Cenik Ardana (2011:103). Ada lima prinsip menurut keputusan ini, yaitu:

- a. “Kewajaran
- b. Transparansi
- c. Akuntabilitas
- d. Pertanggung jawaban
- e. Kemandirian”

Dari kutipan diatas dapat dijelaskan lima prinsip *corporate governance* sebagai berikut:

- a. Kewajaran
Merupakan prinsip agar pengelola memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil dan setara, baik pemangku kepentingan primer (pemasok, pelanggan, karyawan, pemodal) maupun pemangku kepentingan sekunder (pemerintah, masyarakat, dan yang lainnya).Hal ini yang memunculkan stakeholders (seluruh kepentingan pemangku kepentingan), bukan hanya kepentingan stockholders (pemegang saham saja).
- b. Transparansi
Artinya kewajiban bagi para pengelola untuk menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses keputusan dan penyampaian informasi. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi juga mengandung arti bahwa informasi harus lengkap, benar, dan tepat waktu kepada semua pemangku kepentingan.Tidak boleh ada hal-hal yang dirahasiakan, disembunyikan, ditutup-tutupi, atau ditunda-tunda pengungkapannya.
- c. Akuntabilitas
Prinsip ini dimana para pengelola berkewajiban untuk membina sistem akuntansi yang efektif untuk menghasilkan laporan keuangan (financial statements) yang dapat dipercaya. Untuk itu, diperlukan kejelasan fungsi, pelaksanaan, dan pertanggungjawaban setiap organ sehingga pengelolaan berjalan efektif.
- d. Pertanggungjawaban
Prinsip dimana para pengelola wajib memberikan pertanggungjawaban atas semua tindakan dalam mengelola perusahaan kepada para pemangku kepentingan sebagai wujud kepercayaan yang diberikan kepadanya.Prinsip tanggungjawab ada konsekuensi logis dari kepercayaan dan wewenang yang

diberikan oleh para pemangku kepentingan kepada para pengelola perusahaan.

e. Kemandirian

Artinya suatu keadaan dimana para pengelola dalam mengambil keputusan bersifat profesional, mandiri, bebas dari konflik kepentingan, dan bebas dari tekanan/pengaruh dari manapun yang bertentangan dengan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip pengelolaan yang sehat.

Menurut *National Committee on Governance* (2006) dalam Sukrisno Agoes

(2011:104) mengemukakan bahwa lima prinsip GCG, yaitu:

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

2.1.4.3 Manfaat *Good Corporate Governance*

Penerapan *good corporate governance* di perusahaan memiliki peran yang besar dan manfaat yang bisa membawa perubahan positif bagi perusahaan baik di kalangan investor, pemerintah maupun masyarakat umum. Dengan melaksanakan *Corporate Governance* menurut Amin Widjaja Tunggal (2013:39) ada beberapa manfaat yang akan diperoleh, antara lain :

1. Meminimalkan *agency cost*, selama ini pemegang saham harus menanggung biaya yang timbul akibat dari penelegasian wewenang kepada manajemen. Biaya-biaya ini bisa berupa kerugian karena manajemen menggunakan sumber daya perusahaan untuk kepentingan pribadi maupun berupa biaya pengawasan yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mencegah terjadinya hal tersebut.
2. Meminimalkan *cost of capital*, perusahaan yang baik dan sehat akan menciptakan suatu referensi positif bagi para kreditur. Kondisi ini sangat berperan dalam meminimalkan biaya modal yang harus ditanggung bila perusahaan akan mengajukan pinjaman, selain itu dapat memperkuat kinerja keuangan juga akan membuat produk perusahaan akan menjadi lebih kompetitif.

3. Meningkatkan nilai saham perusahaan, suatu perusahaan yang dikelola secara baik dan dalam kondisi sehat akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya.
4. Mengangkat nilai perusahaan, citra perusahaan merupakan faktor penting yang sangat erat kaitannya dengan kinerja dan keberadaan perusahaan tersebut dimata masyarakat dan khususnya para investor. Citra suatu perusahaan kadang kala akan menelan biaya yang sangat besar dibandingkan dengan keuntungan perusahaan itu sendiri, guna memperbaiki citra tersebut.

Manfaat dari penerapan *good corporate governance* tentunya sangat berpengaruh bagi perusahaan, dimana manfaat GCG ini bukan hanya untuk saat ini tetapi juga dalam jangka panjang dapat menjadi pendukung dari tumbuh kembangnya perusahaan dalam era persaingan global saat ini. Selain bermanfaat meningkatkan citra perusahaan di mata para investor, hal ini tentunya menjadi nilai tambah perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan untuk menghadapi persaingan usaha dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif.

2.1.4.4 Tujuan *Good Corporate Governance*

Tujuan *Good Corporate Governance* menurut Amin Widjaya Tunggal (2013:34). 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.

Sedangkan Tujuan *Good Corporate Governance* pada BUMN berlandaskan Keputusan Menteri BUMN Nomor 117/M-MBU/2002 pasal 4, antara lain :

1. Memaksimalkan BUMN dengan cara meningkatkan prinsip GCG.
2. Mendorong pengelolaan BUMN secara profesional, terbuka, dan efisien.

3. Mendorong agar organ perusahaan dalam membuat keputusan sesuai dengan peraturan.
4. Meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional.
5. Meningkatkan iklim investasi nasional.
6. Mensukseskan program privatisasi BUMN.

Dengan demikian, penerapan pelaksanaan prinsip GCG secara optimal akan mampu mendorong peningkatan kinerja perusahaan yang ada, dan akan memberikan nilai tambah bagi semua pihak yang terkait dengan perusahaan. Serta tujuan *good corporate governance* adalah penerapan sistem GCG yang diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah bagi semua pihak berkepentingan (stakeholders) dalam jangka panjang dan melindungi para pemegang saham serta pengelola perusahaan atau manajemen perusahaan. Untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja serta manajemen organisasi, kemudian peningkatan kualitas hubungan antara stakeholders dengan manajemen perusahaan.

2.1.4.5 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.
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.
3. Komite Audit

Komite Audit bertugas untuk memberikan pendapat atau rekomendasi profesional terhadap dewan komisaris mengenai kondisi tata kelola perusahaan yang dijalankan manajemen perusahaan.

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.

5. Manajer

Manajer memiliki peran yang sangat penting dalam operasional perusahaan. Manajer memiliki pengetahuan yang luas mengenai hal teknis yang terjadi di perusahaan.

6. Auditor Eksternal

Auditor eksternal bertanggungjawab memberikan opini terhadap laporan keuangan perusahaan. Laporan auditor eksternal (independen) adalah opini profesional mengenai laporan keuangan perusahaan.

7. Auditor Internal

Auditor internal bertugas memberikan rekomendasi atau konsultasi kepada pihak yang berwenang di perusahaan mengenai kondisi-kondisi yang terjadi di dalam perusahaan.

2.1.4.6 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan salah satu elemen *good corporate governance* (GCG) yang berpengaruh secara intensif bagi manajemen untuk melaksanakan kepentingan terbaik dari pemegang saham sebagai pemilik saham.

Menurut Deby Natalia (2013), bahwa: “*Mekanisme good corporate governance* pada dasarnya mencakup beberapa hal yakni kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran dewan direksi serta komisaris independen.”Kepemilikan saham adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen yaitu direksi, manajer dan dewan komisaris yang secara aktif ikut serta dalam pengambilan keputusan perusahaan. Kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan, dapat menimbulkan dugaan bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat dari kepemilikan manajemen yang

meningkat. Hal ini dapat terjadi apabila perusahaan memberikan saham kepada manajemen maka manajemen sekaligus merupakan pemilik perusahaan sehingga akan bertindak demi kepentingan perusahaan, untuk itu kepemilikan manajerial dipandang sebagai alat untuk menyatukan kepentingan manajemen dengan pemilik.

Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) mendefinisikan bahwa struktur kepemilikan adalah sebagai berikut:

“kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham perusahaan oleh manajer dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham”

Jensen dan Meckling (1976) dalam Diyah dan Erman (2009) pengertian kepemilikan manajemen adalah:

...persentase kepemilikan saham oleh direksi, manajemen, komisaris maupun setiap pihak yang terlibat secara langsung dalam pembuatan keputusan perusahaan.

Menurut Imanta dan Satwiko (2011) definisi kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut:

“Kepemilikan saham perusahaan oleh pihak manajer atau dengan kata lain manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham”.

Menurut Faizal (2011) kepemilikan manajerial adalah:

“Tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif dalam pengambilan keputusan, diukur dengan proporsi saham yang dimiliki manajer pada akhir tahun yang dinyatakan dalam persen (%)”.

Jensen dan Meckling dalam Kawatu (2009), menjelaskan kepemilikan manajerial, sebagai berikut:

“kepemilikan manajerial merupakan saham perusahaan yang dimiliki oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan antara pemegang saham luar dengan manajemen, sehingga permasalahan keagenan diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer adalah seorang pemilik juga. Proporsi kepemilikan saham yang dikontrol oleh manajer dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan. Kepemilikan manajerial akan mensejajarkan kepentingan manajemen dengan pemegang saham, sehingga akan memperoleh manfaat langsung dari keputusan yang diambil serta menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah”.

Kemudian Marcus, Kane dan Bodie (2006:8) dalam Sarifudin (2010) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan manajerial merupakan pemisahan kepemilikan antara pihak outsider dengan pihak insider. Jika dalam suatu perusahaan memiliki banyak pemilik saham, maka kelompok besar individu tersebut sudah jelas tidak dapat berpartisipasi dengan aktif dalam manajemen perusahaan sehari-hari. Karenanya, mereka memilih dewan komisaris, yang memilih dan mengawasi manajemen perusahaan.”

Kepemilikan merupakan salah satu faktor internal perusahaan yang menentukan kemajuan perusahaan. Pemilik atau biasa dikenal dengan sebutan

pemegang saham merupakan penyediaan dana yang dibutuhkan perusahaan. Tanpa pemegang saham perusahaan tidak dapat berdiri dan tidak dapat memiliki dana dalam pembangunan, memperluas, mengoperasikan usaha bisnisnya.

2.1.4.7. Pengukuran Kepemilikan Manajerial

Pengukuran kepemilikan manajerial menurut Jensen dan Meckling dalam Kawatu (2009), yaitu:

$$\frac{\Sigma \text{Saham Yang Dimiliki Manajemen}}{\Sigma \text{Seluruh Saham Perusahaan}} \times 100\%$$

Secara umum dapat dikatakan bahwa persentase tertentu kepemilikan saham oleh pihak manajemen cenderung mempengaruhi tindakan manajemen laba. Laba yang kurang berkualitas bisa terjadi karena dalam menjalankan bisnis perusahaan, manajemen bukan merupakan pemilik perusahaan. Pemisahan kepemilikan ini akandapat menimbulkan konflik dalam pengendalian dan pelaksanaan pengelolaan perusahaan yang menyebabkan para manajer bertindak tidak sesuai dengan keinginan para pemilik. Konflik yang terjadi akibat pemisahan kepemilikan ini disebut dengan konflik keagenan.

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan beberapa orang terkait penelitian ini dan menjadi bahan masukan atau bahan rujukan bagi penulis dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Anthony wijaya dan nanik linawati (2015)	Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan	CSR dan GCG secara bersama-sama mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, kemudian ROA dan ROE juga memberikah hasil yang berpengaruh positif signifikan terhadap Tobin's Q.	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Penelitian sekarang menggunakan PBV, sebelumnya Tobins'q • Penelitian ini hanya menggunakan ROE
2	Dra, suprantiningrum SE,. Msi dan sabat nugroho asji SE (2013)	(Pengaruh moderasi pengungkapan CSR dan GCG terhadap hubungan ROE dan nilai perusahaan)	(ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan GCG Serta pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi hubungan ROE dengan nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Penelitian sebelumnya menggunakan Tobins'q, sekarang menggunakan PBV
3	Sri Rahayu (2010)	(Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pemoderasi GCG Dan CSR)	ROE tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara ROE terhadap nilai perusahaan dan Kepemilikan manajerial juga bukan merupakan variabel moderating yang mampu memoderasi hubungan antara ROE dan nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Penelitian sebelumnya menggunakan Tobins'q, sekarang menggunakan PBV
4	Syarifa Hariri Hurul Ain Dan Herlin Tundjung	Pengaruh Return On Asset (ROA) Return On Equity (ROE) dan	return on asset (roa) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, return on equity (roe) tidak berpengaruh terhadap nilai	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • penelitian ini hanya

	Setijaningsih (2013)	Kepemilikan manajerial terhadap Nilai perusahaan	perusahaan, dan Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	menggunakan Roe <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian sebelumnya bukan moderasi
5	Ni wayan yuniasih dan Made gede wirakusuma (2007)	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi	<i>ROA</i> terbukti berpengaruh positif secara statistis pada nilai Perusahaan, Pengungkapan <i>CSR</i> sebagai variabel pemoderasi terbukti berpengaruh positif secara statistis pada hubungan <i>return on asset</i> dan nilai perusahaan dan Kepemilikan manajerial (GCG) sebagai variabel pemoderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap hubungan <i>ROE</i> dan nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • tempat penelitian • penelitian sebelumnya menggunakan ROA sedangkan penelitian ini menggunakan ROE
6	Carningsih (2012)	Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan	<i>ROA</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sedangkan <i>ROE</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan proporsi komisaris independen tidak mempunyai nilai signifikan terhadap nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • tempat penelitian • penelitian sebelumnya menggunakan ROA sedangkan penelitian ini menggunakan ROE • GCG yang digunakan komisaris independen sedangkan penelitian ini kepemilikan manajerial

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Harga saham dapat menggambarkan nilai perusahaan. Dimana nilai perusahaan ditentukan oleh harga saham yang di perjualbelikan di pasar modal (Harmono, 2011:101). Nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan bahwa kinerja fundamental perusahaan yang di proksikan dengan dimensi profitabilitas perusahaan memiliki hubungan kuailitas terhadap nilai perusahaan (Harmono, 2011:111).

Menurut Brigham & Houston (2011:133) pemegang saham pastinya ingin mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi atas modal yang mereka investasikan, dan ROE menunjukkan tingkat yang mereka peroleh. Jika ROE tinggi, maka harga saham juga cenderung akan tinggi dan tindakan yang meningkatkan ROE kemungkinan akan meningkatkan harga saham.

Menurut Horne dan Wachiwicz (2012:226) bahwa ROE yang tinggi sering kali mencerminkan penerimaan perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif semakin tinggi rasio ini semakin baik maksudnya posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Dengan demikian perusahaan akan membayar deviden kepada pemegang saham.

Return On Equity atau *Return On Networth* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar-kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi

utang makin besar maka rasio ini juga akan makin besar. (Agus Sartono, 2012:124)

Dalam Hanafi (2012:87) *Return On Equity* (ROE) adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Menurut Fahmi (2013:204) Hasil dari *Return On Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Kemudian penelitian yang di lakukan Triagustina (2015) bahwa *return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena semakin tinggi nilai *return on equity* maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. *Return On Equity* yang tinggi menunjukkan perusahaan yang bersangkutan di kelola dengan efisien dan efektif.

Baik dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maupun dari definisi yang telah ada maka sampai pada pemahaman penulis bahwa profitabilitas yang di ukur dengan *Return On Equity* mempengaruhi nilai perusahaan, dimana *Return On Equity* akan meningkatkan nilai perusahaan melalui harga saham.

2.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi

Pengalaman menunjukkan bahwa perusahaan yang memasukan CSR ke dalam operasi perusahaan, akan menawarkan titik potensi diferensiasi dan keunggulan pasar yang kompetitif yang dapat dibangun demi kesuksesan masa depan. (Margolis & Elfenbein 2008) dalam (Mardikanto 2014: 163).

Menurut Sartono (2012:9)

“Perusahaan harus menghindari pencemaran udara, pencemaran air, dan pencemaran suara. Perusahaan- perusahaan yang tidak memperhatikan dampak lingkungan dalam jangka panjang akan menghadapi kesulitan dan pada akhirnya produk yang dijual akan di boikot oleh pasar.”

Dengan demikian CSR dengan aspek lingkunganya akan mempengaruhi dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dalam hal ini nilai perusahaan. Dengan menjalankan CSR suatu perusahaan tidak akan menghadapi kesulitan dengan maksud perusahaan tersebut akan meningkatkan profitabilitas dengan mudah karena produk perusahaan tersebut akan di terima oleh pasar berkaitan kepedulian lingkungan (CSR).

Kemudian Rustriani (2010) juga mengatakan bahwa perusahaan akan menungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan di respon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham, yang berarti nilai perusahaan akan meningkat.

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).

Toeri *Stakeholder (Stakeholders Theory)* Teori ini menyatakan bahwa bentuk tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada pemilik, tetapi juga tanggung jawab kepada masyarakat (*stakeholder*). Perusahaan juga harus bertanggung jawab kepada stakeholder dengan alasan bahwa pihak stakeholder merupakan pihak yang ikut memengaruhi dan dipengaruhi secara langsung maupun tidak terhadap aktivitas dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan (Nor Hadi, 2014: 95)

Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan pada umumnya akan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Hal ini didukung oleh pernyataan Lako (2011:103), manfaat yang diperoleh perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR adalah

1. Profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan akan semakin kokoh;
2. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen;
3. Meningkatnya komitmen etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan;
4. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitar karena merasa diperhatikan dan dihargai perusahaan;
5. Meningkatnya reputasi, *corporate branding*, *goodwill (intangible asset)* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang

Maka dari itu baik dari definisi maupun penelitian sebelumnya yang di lakukan, menyatakan bahwa moderasi CSR berpengaruh atas hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2.2.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi

Perusahaan sebaiknya menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan yang baik perlu dipertahankan, salah satunya melalui tata kelola perusahaan. Monks (2003) dalam Thomas S Kalihatu (2006) mengungkapkan bahwa *good corporate governace* secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan untuk menciptakan nilai tambah untuk semua stakeholder. Penerapan GCG (*good corporate governace*) yang baik memberikan manfaat untuk meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan, karena pengelolaan perusahaan yang baik akan menarik minat dan dan kepercayaan investor. (Hamonangan Siallagan, 2009).

Berdasarkan Surat keputusan Menteri BUMN Nomor : KEP- 117/M-MBU/2002 (2002:pasal 1), *Good Corporate Governance* yaitu:

“suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika”.

Maka dari itu bahwa GCG bertujuan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dalam hal ini mampu meningkatkan profitabilitas guna mewujudkan nilai perusahaan melalui harga sahamnya.

Salah satu tolak ukur *good corporate governance* dapat dilihat dari kepemilikan manajerial. Adapun hubungan kepemilikan manajerial (*GCG*) dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menurut Sartono (2012:10) :

“Terjadinya konflik keagenan dalam perusahaan dapat terjadi dimana manajernya memiliki saham kurang dari seratus persen. Mekanisme untuk mengatasi konflik keagenan antara lain meningkatkan kepemilikan insider (*insider ownership*). Semakin bertambahnya saham yang dimiliki manajer melalui kepemilikan manajerial akan memotivasi kinerja manajemen karena mereka merasa memiliki andil dalam perusahaan baik itu dalam pengambilan keputusan dan bertanggung jawab terhadap keputusan yang di ambil karena ikut sebagai pemegang saham perusahaan sehingga kinerja manajemen semakin baik dan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan”.

Kemudian Jensen dan Meckling(1976) dalam Noor Laila (2011) menyatakan bahwa:

“.....kepemilikan manajerial yang lebih baik dapat menyelelarkan kepentingan manajer dan pemegang saham sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan”.

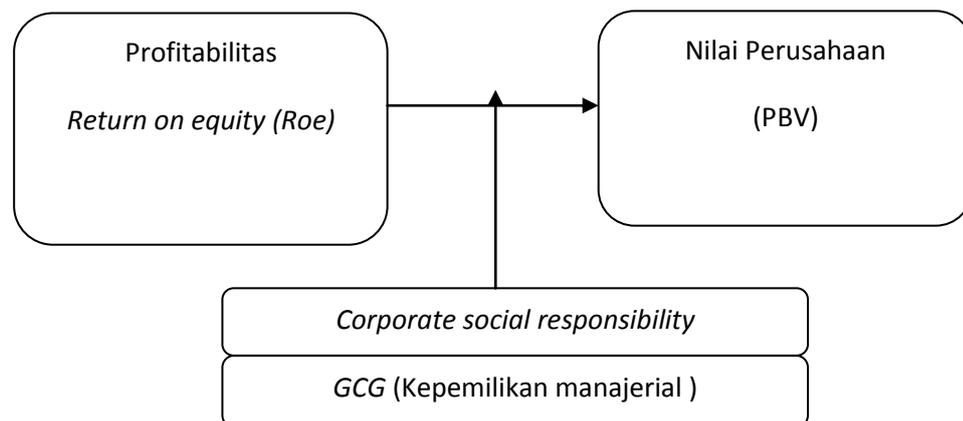
Direksi, manajer, dan dewan komisaris yang sekaligus merupakan pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan meningkatkan nilai perusahaan maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham juga akan meningkat (Hanny Cyntia, 2013).

Kepemilikan manajerial akan mensejajarkan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sehingga akan memperoleh manfaat langsung dari keputusan yang diambil serta menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah (Marcus, Kane dan Bodie, 2006:8) dalam Hana Ratna Ningsih (2013).

Menurut Lukviarman (2016:173) pemilik mayoritas dengan porsi kepentingan relatif lebih besar dalam perusahaan, memiliki *insentif (high cash flow rights)* dan kekuasaan (*high voting rights*) untuk melakukan pengendalian yang ketat serta menggunakan pengaruhnya terhadap direksi, sehingga berpotensi meningkatkan kinerja perusahaan.

Baik dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maupun dari definisi yang telah ada maka sampai pada pemahaman penulis bahwa moderasi *Good Corporate Governance* berpengaruh atas hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Untuk dapat menjelaskan lebih lanjut alur pemikiran mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka penulis membuat bagan kerangka pemikiran sebagai berikut :



2.1 Gambar Skema Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:93) dalam penelitian hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

H1 = Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2 = Moderasi pengungkapan *corporate social responsibility* mempengaruhi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

H3 = Moderasi *good corporate governance* mempengaruhi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan