

BAB II
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN
DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Pada bab kajian pustaka, ditemukan teori-teori, hasil penelitian sebelumnya dan publikasi umum yang berhubungan dengan masalah-masalah penelitian. Dalam permasalahan penelitian secara eksplisit memuat variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini peneliti mengemukakan beberapa teori yang relevan dengan variabel-variabel penelitian.

2.1.1 Pengertian Laporan Keuangan

Untuk mengambil keputusan yang tepat, diperlukan informasi yang akurat dan lengkap. Dalam hal ini perusahaan akan menyusun suatu laporan keuangan yang dapat menggambarkan seluruh hasil kegiatan perusahaan. Laporan keuangan itu disusun dengan maksud untuk memberikan informasi tentang hasil usaha, posisi finansial an berbagai faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan posisi finansial kepada berbagai pihak yang berkepentingandengan eksistensi perusahaan sehingga para investor biasa mempertimbangkan untuk membeli dan menjual saham yang dimilikinya di bursa saham.

Menurut Kieso, Weygrandt dan Warfield (2011:5), laporan keuangan adalah:

“Financial statements are the principal means through which a company communicates its financial information to those outside it. These statements provide a company’s history quantified in money terms. The financial statements most frequently provided are (1) The statement of financial position, (2) the income statement or statement of comprehensive income, (3) the statement of cash flow, and (4) the statement of changes in equity. Note disclosures are an integral part of each financial statement.”

Dari pernyataan diatas maka dapat di simpulkan bahwa laporan keuangan merupakan sarana komunikasi informasi keuangan utama kepada pihak-pihak luar. Laporan ini menampilkan sejarah perusahaan yang dikuantifikasi dalam nilai moneter. Laporan keuangan (*financial statement*) yang sering disajikan adalah pernyataan laporan posisi keuangan, laporan laba rugi atau laporan laba rugi komprehensif, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas. Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian integral dari setiap laporan keuangan.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan dalam Agnes Sawir (2015:2) tujuan laporan keuangan adalah sebagai berikut :

- a. Menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.
- b. Laporan keuangan disusun untuk memenuhi kebutuhan bersama oleh sebagian besar pemakainya, yang secara umum menggambarkan pengaruh keuangan dari kejadian masa lalu.
- c. Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang dilakukan manajemen atau pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang di percayakan kepadanya.

Laporan keuangan disusun untuk memberikan gambaran atau laporan keuangan (*progres report*) secara periodik yang dilakukan oleh pihak manajemen yang bersifat historis dan menyeluruh. Laporan keuangan disusun setiap akhir tahun periode akuntansi, yaitu triwulan, semester atau tahunan. Hal tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan kebijakan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2015: 3) tujuan dari laporan keuangan adalah:

- a. Menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi.
- b. Laporan keuangan yang disusun untuk tujuan ini adalah memenuhi kebutuhan bersama dari sebagian besar pengguna. Namun demikian laporan keuangan tidak menyediakan semua informasi yang mungkin dibutuhkan oleh pengguna dalam pengambilan keputusan ekonom, karena secara umum menggambarkan pengaruh keuangan dari berbagai kejadian di masa yang lalu (historis), dan tidak diwajibkan untuk menyediakan informasi non keuangan.
- c. Laporan keuangan juga telah menunjukkan apa yang telah dilakukan oleh manajemen (*stewardship*) atau merupakan pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya. Pemakai yang ingin melakukan penilaian terhadap apa yang telah dilakukan atau pertanggungjawaban manajemen, melakukan hal ini agar mereka dapat membuat keputusan ekonomi. Keputusan ini mungkin saja mencakup keputusan untuk menanamkan atau menjual investasi mereka dalam suatu perusahaan atau keputusan untuk mengangkat kembali atau melakukan penggantian manajemen.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan laporan keuangan adalah untuk mengetahui kondisi keuangan dari suatu perusahaan dan kaitanya dengan:

- a. Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan segala kewajiban-kewajibannya pada saat ini dengan situasi yang kurang mendukung dan tidak dapat diprediksikan di masa yang akan datang.
- b. Kemampuan perusahaan dalam menarik manfaat untuk melaksanakan transaksi bisnis ataupun perluasan bisnis. Hal ini sangat dimungkinkan karena perusahaan memiliki sarana yang dibutuhkan atau kemampuan memperoleh dana melalui pinjaman (*financing*) atau penerbitan saham (*stock issue*).
- c. Kemampuan perusahaan untuk secara berkesinambungan untuk dapat membayar bunga pinjaman dan dividen.

2.1.1.1 Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan laporan keuangan menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (2015:3), adalah :

“Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya.”

Tujuan laporan keuangan menurut Kieso, Waygandt, dan Warfield (2011:7), adalah:

“The objective of general purpose financial reporting is to provide financial information about the reporting entity that is useful to present and potential equity investors, lenders, and other creditors in making decisions in their capacity as capital providers. Information that is decision-useful to investors

may also be useful to other users of financial reporting who are not investors.”

Berdasarkan tujuan laporan keuangan tersebut di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi posisi keuangan, kinerja, perubahan ekuitas, dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

2.1.2 Pengertian Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan pada dasarnya, dilakukan karena pemakai laporan keuangan ingin mengetahui tingkat keuntungan dan tingkat risiko atau tingkat kesehatan suatu perusahaan (Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim, 2009:5).

Menurut Kasmir (2014:66), analisis laporan keuangan adalah:

“Analisis laporan keuangan adalah suatu proses analisis terhadap laporan keuangan dengan tujuan agar dapat mengetahui posisi keuangan perusahaan saat ini. Dan hasil analisis laporan keuangan juga akan memberikan informasi tentang kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan. Dengan mengetahui kelemahan ini, manajemen akan dapat memperbaiki atau menutupi kelemahan tersebut dan kekuatan yang dimiliki perusahaan harus dipertahankan atau bahkan ditingkatkan”.

Dengan menganalisis laporan keuangan, seorang analisis dapat menilai apakah manajer keuangan dapat merencanakan dan mengimplementasikan setiap

tindakan secara konsisten dengan tujuan memakmurkan para pemegang saham. Menganalisis laporan keuangan dapat dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan satu periode dengan periode sebelumnya sehingga diketahui adanya kecenderungan (Agus Sartono, 2010:113).

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa analisis laporan keuangan merupakan metode atau teknik yang digunakan untuk memahami secara lebih mendalam data-data di dalam laporan keuangan.

2.1.2.1 Tujuan Analisis Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2014:68), tujuan analisis laporan keuangan adalah:

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, baik harta, kewajiban, modal maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk beberapa periode.
2. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang menjadi kekurangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan.
4. Untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan apa saja yang perlu dilakukan ke depan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini.
5. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen ke depan apakah perlu penyegaran atau tidak karena sudah dianggap berhasil atau gagal.
6. Dapat juga digunakan sebagai pembandingan dengan perusahaan sejenis tentang hasil yang mereka capai.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa analisis laporan keuangan adalah untuk memperoleh pandangan tentang posisi keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Dengan melakukan analisis laporan

keuangan, maka informasi yang dibaca dari laporan keuangan akan menjadi lebih luas dan lebih dalam. Hubungan satu pos dengan pos lain akan dapat menjadi indikator tentang posisi dan prestasi keuangan perusahaan serta menunjukkan bukti kebenaran penyusunan laporan keuangan.

2.1.2.2 Metode dan Teknik Analisis Laporan Keuangan

Untuk melakukan analisis laporan keuangan diperlukan metode dan teknik analisis yang tepat. Tujuan dari penentuan metode dan teknik analisis yang tepat adalah agar laporan keuangan tersebut dapat memberikan hasil yang maksimal. Hasil analisis laporan keuangan akan memberikan informasi tentang kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:95) dalam praktiknya, terdapat dua macam metode analisis laporan keuangan yang biasa dipakai, yaitu: “Analisis Vertikal (*Statis*) dan Analisis Horizontal (*Dinamis*)”

Adapun penjelasan dari kedua metode tersebut adalah sebagai berikut:

1. Analisis Vertikal (*Statis*)

Analisis vertikal merupakan analisis yang dilakukan terhadap hanya satu periode laporan keuangan saja. Analisis dilakukan antara pos-pos yang ada dalam satu periode. Informasi yang diperoleh hanya untuk satu periode saja dan tidak diketahui perkembangan periode ke periode.

2. Analisis Horizontal (*Dinamis*)

Analisis horizontal merupakan analisis yang dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan untuk beberapa periode. Dan hasil analisis ini akan terlihat perkembangan perusahaan dari periode yang satu ke periode yang lain.

Di samping metode yang digunakan untuk menganalisis laporan keuangan, terdapat beberapa jenis teknik analisis laporan keuangan. Adapun jenis-jenis teknik laporan keuangan menurut Kasmir (2014:96), adalah sebagai berikut:

1. Analisis perbandingan antara laporan keuangan, merupakan analisis yang dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan lebih dari satu periode. Artinya minimal dua periode atau lebih. Dari analisis ini akan dapat diketahui perubahan-perubahan yang terjadi. Perubahan yang terjadi dapat berupa kenaikan atau penurunan dari masing-masing komponen analisis. Dari perubahan ini terlihat masing-masing kemajuan atau kegagalan dalam mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya.
2. Analisis *trend*, merupakan analisis laporan keuangan yang biasanya dinyatakan dalam persentase tertentu. Analisis ini dilakukan dari periode ke periode sehingga akan terlihat apakah perusahaan mengalami perubahan serta seberapa besar perubahan tersebut dihitung dalam persentase.
3. Analisis persentase per komponen, merupakan analisis yang dilakukan untuk membandingkan antara komponen-komponen yang ada dalam suatu laporan keuangan, baik di neraca maupun laporan laba rugi.
4. Analisis sumber dan penggunaan dana, merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui sumber-sumber dana perusahaan dan penggunaan dana dalam suatu periode. Analisis ini juga untuk mengetahui jumlah modal kerja dan sebab-sebab berubahnya jumlah modal kerja dalam suatu periode.
5. Analisis sumber dan penggunaan kas, merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui sumber-sumber penggunaan kas perusahaan dan penggunaan uang kas dalam suatu periode. Selain itu juga untuk mengetahui sebab-sebab berubahnya jumlah kas dalam periode tertentu.
6. Analisis rasio, merupakan analisis rasio yang digunakan untuk mengetahui hubungan pos-pos yang ada dalam satu laporan keuangan atau pos-pos antara laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi.
7. Analisis laba kotor, merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui jumlah laba kotor dari satu periode lainnya dan untuk mengetahui sebab-sebab berubahnya laba kotor tersebut antar periode.
8. Analisis titik pulang pokok disebut juga analisis titik impas atau *break even point*. Tujuan analisis ini digunakan untuk mengetahui pada kondisi bagaimana penjualan produk dilakukan dan perusahaan tidak mengalami kerugian.

Analisis laporan keuangan terdiri dari penelaahan atau mempelajari dari pada hubungan dan tendensi atau kecenderungan (*trend*) untuk menentukan posisi keuangan dan hasil operasi serta perkembangan perusahaan yang bersangkutan. Metode dan teknik analisa digunakan untuk menentukan dan mengukur hubungan antara pos-pos yang ada dalam laporan, sehingga dapat diketahui perubahan-perubahan dari masing-masing pos tersebut bila diperbandingkan dengan laporan dari beberapa periode untuk satu perusahaan tertentu, atau diperbandingkan dengan alat-alat pembanding lainnya.

2.1.3 *Good Corporate Governance*

2.1.3.1 *Pengertian Good Corporate Governance*

GCG berkaitan dengan pengambilan keputusan yang efektif, yang bersumber dari budaya perusahaan, etika, nilai, sistem, proses, bisnis, kebijakan dan struktur organisasi yang bertujuan untuk mendorong dan mendukung pengembangan perusahaan, pengelolaan sumberdaya dan risiko secara lebih efisien dan efektif dan pertanggungjawaban perusahaan kepada pemegang saham dan *stakeholders* lainnya.

Menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-01/MBU/2011 definisi Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*), adalah:

“Prinsip-prinsip yang mendasari suatu proses dan mekanisme pengelolaan perusahaan berlandaskan peraturan perundang-undangan dan etika berusaha”.

Menurut Adrian Sutedi (2011:1) *good corporate governance* dapat didefinisikan sebagai berikut:

“*Good corporate governance* yaitu suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (pemegang saham/pemilik modal, komisaris/dewan pengawas dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika”.

Menurut Wahyudi Prakasa dalam Sedarmayanti (2012:54), *good corporate governance* dapat didefinisikan 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 lainnya. Hubungan-hubungan ini di manifestasikan dalam berbagai bentuk 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

2.1.3.2 Prinsip-prinsip Good Corporate Governance

The indonesia institute for corporation (IICG) dalam Hamdani (2016:71), mengungkapkan beberapa prinsip pelaksanaan GCG yang berlaku secara internasional sebagai berikut :

1. Hak-hak para pemegang saham, yang harus diberikan informasi dengan benar dan tepat pada waktunya mengenai perusahaan, dapat ikut berperan serta dalam pengambilan keputusan perusahaan, dan turut memperoleh bagian dari keuntungan perusahaan
2. Perlakuan sama terhadap pemegang saham.,terutama kepada para pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing, dengan

- keterbukaan informasi yang penting serta melarang pembagian untuk pihak sendiri dan perdagangan saham oleh orang dalam
3. Peranan pemegang saham harus diakui sebagaimana diterapkan oleh hukum dan kerja sama yang aktif antara perusahaan serta para pemegang kepentingan dalam menciptakan kesejahteraan, lapangan kerja, dan perusahaan yang sehat dari aspek keuangan.
 4. Pengungkapan yang akurat dan tepat pada waktunya serta transparansi mengenai semua hal yang penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta para pemegang kepentingan (*stakeholders*)
 5. Tanggung jawab pengurus manajemen, pengawasan manajemen, serta penanggungjawaban kepada perusahaan dan para pemegang saham.

Menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-01/MBU/2011

prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* meliputi :

1. Transparansi (*transparency*)
2. Akuntabilitas (*accountability*)
3. Pertanggungjawaban (*responsibility*)
4. Kemandirian (*independency*)
5. Kewajaran (*fairness*).

Penjelasan dari prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* tersebut adalah:

1. Transparansi (*transparency*), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.
2. Akuntabilitas (*accountability*), yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
3. Pertanggungjawaban (*responsibility*), yaitu kesesuaian didalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

5. Kemandirian (*independency*), yaitu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
6. Kewajaran (*fairness*), yaitu keadilan dan kesetaraan didalam memenuhi hak-hak pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan.

Menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD)

dalam Sedarmayanti (2012:55-56), prinsip GCG terdiri dari:

1. *Fairnes* (Kewajaran)
2. *Disclosure dan Transparency* (Transparansi)
3. *Accountability* (Akuntabilitas)
4. *Responsibility* (Responsibilitas).

Uraian mengenai kutipan diatas adalah sebagai berikut:

1. *Fairnes* (Kewajaran)

Perlakuan yang sama terhadap pemegang saham, terutama kepada pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing, dengan keterbukaan informasi yang penting serta melarang pembagian untuk pihak sendiri dan perdagangan saham oleh orang dalam.

2. *Disclosure dan Transparency* (Transparansi)

Hak pemegang saham, yang harus diberi informasi benar dan tepat waktu mengenai perusahaan, dapat berperan serta dalam pengambilan keputusan mengenai perubahan mendasar atas perusahaan dan memperoleh bagian

keuntungan perusahaan. Pengungkapan yang akurat dan tepat waktu serta transparansi mengenai semua hal penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta pemegang kepentingan.

3. *Accountability* (Akuntabilitas)

Tanggung jawab manajemen melalui pengawasan efektif berdasarkan keseimbangan kekuasaan antar manajer, pemegang saham, dewan komisaris, dan auditor, merupakan bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada perusahaan dan pemegang saham.

4. *Responsibility* (Responsibilitas)

Peran pemegang saham harus diakui sebagaimana ditetapkan oleh hukum dan kerjasama yang aktif antara perusahaan serta pemegang kepentingan dalam menciptakan kekayaan, lapangan kerja, dan perusahaan yang sehat dari aspek keuangan.

Prinsip *Good Corporate Governance* menurut OECD dalam Sedarmayanti

(2012:56) mencakup 5 bidang utama yaitu :

1. Hak pemegang saham dan perlindungan
2. Peran karyawan dan pihak yang berkepentingan lainnya
3. Pengungkapan yang akurat dan tepat waktu serta transparansi sehubungan dengan struktur dan operasi korporasi
4. Tanggung jawab dewan (dewan komisaris maupun dewan direksi) terhadap perusahaan
5. Pemegang saham dan dan pihak berkepentingan lainnya.

Sebenarnya, tiga dari keempat prinsip GCG tersebut: transparansi, akuntabilitas dan tanggung jawab mempunyai arti yang sangat erat dan tumpang-

tindih. Keempat prinsip ini merupakan jawaban langsung atas permasalahan/skandal yang dihadapi oleh dunia usaha, bukan hanya di Indonesia tetapi juga diseluruh dunia.

2.1.3.3 Unsur - Unsur *Good Corporate Governance*

Menurut Amin Widjaja Tunggal (2013:184) unsur-unsur (*person in charge*) dalam *Good Corporate Governance* yang baik terdiri atas :

1. Pemegang saham (*stakeholders*)
2. Komisaris dan Direksi
3. Komite audit
4. Sekretaris Perusahaan
5. Manajer dan karyawan
6. Auditor eksternal
7. Auditor internal
8. *Stakeholder* lainnya.

Penjelasan mengenai unsur-unsur dalam *Good Corporate Governances* sebagai berikut:

1. Pemegang saham (*stakeholders*), adalah individu atau institusi yang mempunyai taruhan vital (*vital stake*) dalam perusahaan. *Corporate Governance* harus melindungi hak-hak pemegang saham antara lain :
 - a. Mengamankan registrasi dan kepemilikan
 - b. Menyerahkan atau memindahkan saham
 - c. Mendapatkan informasi yang relevan secara tepat waktu dan kontinu
 - d. Ikut serta dan memiliki hak suara dalam Rapat Umum Pemegang Saham

- e. Memperoleh bagian atas keuntungan perusahaan
2. Komisaris dan Direksi, secara legal bertanggung jawab untuk menetapkan sasaran korporat, mengembangkan kebijakan yang luas, dan memilih personel tingkat atas untuk melaksanakan sasaran dan kebijakan tersebut, dan juga menelaah kinerja manajemen untuk meyakinkan bahwa perusahaan dijalankan secara baik dan kepentingan pemegang saham dilindungi.
 3. Komite audit, bertugas untuk memberikan pendapat profesional yang independen kepada Dewan Komisaris terhadap laporan atau hal-hal yang disampaikan oleh direksi kepada Dewan Komisaris serta mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian Dewan Komisaris.
 4. Sekretaris Perusahaan, fungsi ini harus dilaksanakan oleh salah seorang direktur perusahaan tercatat atau pejabat perusahaan tercatat yang khusus ditunjuk untuk menjalankan fungsi tersebut. Sekretaris perusahaan harus memiliki akses terhadap informasi material dan relevan yang berkaitan dengan perusahaan tercatat tersebut dan menguasai peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal khususnya yang berkaitan dengan masalah keterbukaan.
 5. Manajer dan karyawan, manajer menempati posisi yang strategis karena pengetahuan mereka dan pengambilan keputusan, biasanya mengambil peranan penting dalam organisasi. Pekerja khususnya yang diwakili serikat

- pekerja atau mereka yang memiliki saham dalam perusahaan dapat mempengaruhi kebijakan tata kelola perusahaan tertentu.
6. Auditor eksternal, bertanggung jawab memberikan opini/pendapat terhadap laporan keuangan perusahaan. Laporan auditor independen adalah ekspresi dari opini profesional mereka mengenai laporan keuangan.
 7. Auditor internal, melaksanakan pelayanan kepada organisasi secara lebih luas dengan memberikan jaminan keyakinan, konsultasi dan memastikan pelaksanaan *corporate governance*.
 8. *Stakeholder* lainnya, pemerintah terlibat dalam *corporate governance* melalui hukum dan peraturan perundang-undangan. Kreditor yang memberikan pinjaman mungkin juga mempengaruhi kebijakan perusahaan.

Menurut Adrian Sutedi (2011 : 41), mengatakan unsur-unsur yang dimiliki *corporate governance*, yaitu:

“*corporate governance* memiliki unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan (dan selalu diperlukan di dalam perusahaan), serta unsur-unsur yang ada di luar perusahaan (dan yang selalu diperlukan di luar perusahaan) yang bisa menjamin berfungsinya *good corporate governance*”.

Penjelasan dari unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Corporate Governance* - Internal Perusahaan

Adalah unsur yang berada di dalam perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan di dalam perusahaan. Unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan adalah:

- a. pemegang saham;
- b. direksi;
- c. dewan komisaris
- d. manajer;
- e. karyawan/serikat pekerja;
- f. sistem remunerasi berdasarkan kinerja;
- g. komite audit;

Unsur-unsur yang selalu diperlukan di dalam perusahaan, antara lain meliputi:

- a. Keterbukaan dan kerahasiaan (*disclosure*);
- b. Transparansi;
- c. *Accountability*;
- d. *Fairness*;
- e. Aturan dari *code of conduct*.

2. *Corporate Governance* - Eksternal Perusahaan

Adalah unsur yang berasal dari luar perusahaan dan unsur yang diperlukan di luar perusahaan. Unsur yang berasal dari luar perusahaan adalah:

- a. kecukupan undang-undang dan perangkat hukum;
- b. investor;
- c. institusi penyedia informasi;
- d. akuntan publik;

- e. institusi yang memihak kepentingan publik bukan golongan;
- f. pemberi pinjaman;
- g. lembaga yang mengesahkan legalitas.

Unsur yang selalu diperlukan di luar perusahaan antara lain meliputi:

- a. aturan dari *code of conduct*;
- b. *fairness*;
- c. *accountability*;
- d. jaminan hukum.

Sedangkan menurut Hadi Setia Tunggal (2013 : 164), unsur-unsur (*person in charge*) dalam *corporate governance* yang baik terdiri atas:

1. Pemegang saham
2. Komisaris
3. Direksi
4. Komite audit
5. Sekertaris perusahaan
6. Manajer dan karyawan
7. Auditor eksternal
8. Auditor internal
9. *Stakeholder* lainnya (pemerintah, kreditor, dan lain-lain).

2.1.3.4 Manfaat dan Tujuan *Good Corporate Governance*

Dalam penerapan *Good Corporate Governance* tentunya memiliki manfaat dan tujuan. Menurut Hery (2010 : 5) setidaknya ada 5 (lima) manfaat yang dapat diperoleh perusahaan yang menerapkan *good corporate governance*, yaitu sebagai berikut:

1. GCG secara tidak langsung akan dapat mendorong pemanfaatan sumber daya perusahaan ke arah yang lebih efektif dan efisien, yang pada gilirannya akan turut membantu terciptanya pertumbuhan atau perkembangan ekonomi nasional.
2. GCG dapat membantu perusahaan dan perekonomian nasional dalam hal menarik modal investor dengan biaya yang lebih rendah melalui perbaikan kepercayaan investor dan kreditor domestik maupun internasional.
3. Membantu pengelolaan perusahaan dalam memastikan/menjamin bahwa perusahaan telah taat pada ketentuan, hukum, dan peraturan.
4. Membantu manajemen dan *corporate board* dalam pemantauan penggunaan aset perusahaan.
5. Mengurangi korupsi.

Tujuan dari *good corporate governance* menurut Sedarmayanti (2012:62)

adalah:

1. Memaksimalkan nilai perseroan bagi pemegang saham dengan cara meningkatkan transparansi, akuntabilitas, kewajaran, dan reponsibilitas agar perusahaan memiliki daya saing kuat, baik secara nasional atau internasional, serta menciptakan iklim yang mendukung investasi.
2. Mendorong pengelolaan perseroan secara profesional, transparansi dan efisien, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian dewan komisaris, direksi, dan rapat umum pemegang saham (RUPS)
3. Mendorong agar pemegang saham, anggota dewan komisaris dan anggota direksi dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral dan yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial perseroan terhadap pihak yang berkepentingan maupun kelestarian lingkungan disekitar perusahaan”.

Tujuan diterapkannya *good corporate governance* dalam perusahaan berdasarkan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER — 01 /MBU/2011 Tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) Pada Badan Usaha Milik Negara adalah sebagai berikut:

1. Memaksimalkan nilai BUMN dengan cara meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan adil agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional.
2. Mendorong pengelolaan BUMN secara profesional, transparan, dan efisien, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian Organ.
3. Mendorong agar Organ dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial BUMN terhadap *stakeholders* maupun kelestarian lingkungan di sekitar BUMN.
4. Meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional.
5. Meningkatkan iklim investasi nasional.
6. Mensukseskan program privatisasi”.

2.1.3.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Good Corporate Governance*

Ada dua faktor dalam GCG yaitu faktor internal dan faktor eksternal seperti yang dikutip Ristifani (2009) :

1. Faktor Internal
 - a. Terdapatnya budaya perusahaan (*corporate culture*) yang mendukung penerapan GCG dalam mekanisme serta sistem kerja manajemen di perusahaan.
 - b. Berbagai peraturan dan kebijakan yang dikeluarkan perusahaan mengacu pada penerapan nilai-nilai GCG.
 - c. Manajemen pengendalian risiko perusahaan juga didasarkan pada kaidah-kaidah standar GCG
 - d. Terdapatnya sistem audit (pemeriksaan) yang efektif dalam perusahaan untuk menghindari setiap penyimpangan yang mungkin akan terjadi.
 - e. Adanya keterbukaan informasi bagi publik untuk mampu memahami setiap gerak dan langkah manajemen dalam perusahaan sehingga kalangan publik dapat memahami dan mengikuti setiap derap langkah perkembangan dan dinamika perusahaan dari waktu ke waktu.
2. Faktor Eksternal
 - a. Pelaku dan lingkungan bisnis

Meliputi seluruh entitas yang mempengaruhi pengelolaan perusahaan, seperti business community atau kelompok-kelompok yang signifikan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan, serikat pekerja, mitra kerja, supplier dan pelanggan yang menuntut perusahaan mempraktekkan bisnis yang beretika. Kelompok-kelompok di atas dapat mempengaruhi jalannya perusahaan dengan derajat intensitas yang berbeda-beda.

b. Pemerintah dan regulator

Pemerintah dan badan regulasi berkepentingan untuk memastikan bahwa Perusahaan mengelola keuangan dengan benar dan mematuhi semua peraturan dan undang-undang agar memperoleh kepercayaan pasar dan investor.

c. Investor

Meliputi semua pihak yang berkaitan dengan pemegang saham dan pelaku perdagangan saham termasuk perusahaan investasi. Investor menuntut ditegakkannya atau dijaminnya pengelolaan perusahaan sesuai standar dan prinsip-prinsip etika bisnis.

d. Komunitas Keuangan

Meliputi semua pihak yang berkaitan dengan persyaratan pengelolaan keuangan perusahaan termasuk persyaratan pengelolaan perusahaan terbuka, seperti komunitas bursa efek, Bapepam-LK, US SEC dan Departemen Keuangan RI. Setiap komunitas di atas mengeluarkan standar pengelolaan keuangan perusahaan dan menuntut untuk dipatuhi/dipenuhi oleh Perusahaan.

2.1.3.6 Metode Pengukuran *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance diukur dengan *Corporate Governnace Perception Index*. Di Indonesia *Corporate Governance Index* telah dikembangkan oleh *Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG)*. *The Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD)* adalah suatu lembaga Indonesia yang didirikan untuk menjadi mitra strategis dalam membangun tata kelola perusahaan yang baik

dengan mempromosikan perilaku perusahaan yang etis dan meningkatkan keterampilan, pengetahuan, serta kemampuan direksi dan dewan komisaris perusahaan. Peran penting IICD adalah internalisasi praktek *corporate governance* yang baik dimana IICD secara konsisten telah melakukan penilaian terhadap penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) pada perusahaan-perusahaan publik di Indonesia. Menurut *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) dalam Sulistyowati (2011) bahwa:

“*Corporate Governance Perception Index* (CGPI) adalah program riset dan pemeringkatan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) pada perusahaan-perusahaan di Indonesia melalui perancangan riset yang mendorong perusahaan meningkatkan kualitas penerapan konsep *corporate governance* melalui perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*) dengan melaksanakan evaluasi dan studi banding (*benchmarking*)”.

Penelitian yang dilakukan oleh IICG untuk menilai CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) yaitu setelah melakukan penilaian yang dilakukan dengan cara memberikan penilaian yang dilakukan dengan cara memberikan skor kepada perusahaan peserta, besaran nilai skor ini dibuat berdasarkan acuan yang telah dibuat IICG. Skor ini diambil hasilnya berdasarkan hasil kuesioner penelitian yang diberikan ke perusahaan peserta. Adapun bobot nilai yang digunakan untuk menilai *Good Corporate Governance* sebagai berikut:

Tabel 2.1**Tahapan dan Bobot Nilai CGPI (*Corporate Governance Perception Index*)**

No.	Indikator	Bobot (%)
1.	<i>Self Assessment</i>	15
2.	Kelengkapan dokumen	20
3.	Penyusunan makalah dan presentasi	14
4.	Observasi ke perusahaan	51

Sumber: www.iigc.org

Menurut CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) penilaian proses riset dalam penentuan nilai penerapan corporate governance dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Self Assessment*
Pada tahap awal ini perusahaan harus mengisi *self assement* terkait penerapan CG (*Corporate Governance*) yang sudah di implementasikan dalam perusahaannya.
- b. Kelengkapan dokumen
Pada tahap ini perusahaan harus membuat uraian penjelesan terkait penerapan CG (*Corporate Governance*) di perusahaan.
- c. Makalah
Pada tahap ini perusahaan harus membuat uraian penjelasan terkait penerapan CG (*Corporate Governance*) di perusahaan yang dibentuk dalam makalah dengan memperhatikan sistematika yang telah ditentukan.
- d. Observasi
Dalam tahap ini peneliti CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) akan datang langsung ke perusahaan untuk melihat secara pasti penerapan prinsip CG (*Corporate Governance*) di perusahaan.

Setelah melalui tahap observasi, maka perusahaan peserta hanya perlu menunggu sampai penilaian selesai dilaksanakan oleh IICG. Nilai CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) akan dijadikan dasar acuan untuk menentukan perolehan peringkat berdasarkan skor yang telah ditentukan. Hasil peringkat CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) terbagi tiga kategori, yaitu cukup terpercaya, terpercaya dan sangat terpercaya. Ringkasan pemeringkat berdasarkan skor akan dijelaskan dalam tabel 2.2 di bawah ini:

Tabel 2.2

Kategori Pemeringkatan CGPI (*Corporate Governance Perception Index*)

Skor	Level Terpercaya
85-100	Sangat Terpercaya
70-84	Terpercaya
55-69	Cukup Terpercaya

Sumber: www.iigc.org

2.1.4 *Corporate Social Responsibility*

2.1.4.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Menurut Johnson and Johnson dalam Nor Hadi (2014: 46) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai berikut:

“Corporate social responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society.”

Dari pernyataan diatas maka dapat di simpulkan bahwa *corporate social responsibility* merupakan tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat.

Menurut *World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)* dalam Rusdianto (2013: 7) *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

“Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethical and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of local community and society at large”

Dari pernyataan diatas maka dapat di simpulkan bahwa *corporate social responsibility* merupakan komitmen berkelanjutan dari suatu bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat lokal dan masyarakat luas.

Pengertian *corporate social responsibility* menurut ISO 26000 dalam Rusdianto (2013: 7) adalah sebagai berikut:

“Tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang: konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para stakeholder; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.”

Sedangkan menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal satu butir tiga adalah sebagai berikut:

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

2.1.4.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Aktivitas CSR memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang. Menurut Rusdianto (2013: 13) terdapat manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

1. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
2. Meningkatkan citra perusahaan.
3. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
4. Mempertahankan posisi merek perusahaan.
5. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
6. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*equity*)
7. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
8. Mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

Rusdianto (2013: 13) menyatakan bahwa:

“Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program CSR akan

menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila CSR mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan”.

2.1.4.3 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Ranah tanggung jawab sosial (*social responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Disamping itu, tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggarisbawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial (Nor Hadi, 2014).

Crowther David dalam Nor Hadi (2014:59) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

1. “*Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Dan transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak lingkungan.”

2.1.4.4 Konsep *Corporate Social Responsibility*

Konsep CSR yang diakomodasi dalam Undang-undang Perseroan terbatas (UU PT) pasal 74 nomor 40 tahun 2007 berbunyi sebagai berikut:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan 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.

2.1.4.5 Kategori Perusahaan Menurut Implementasi CSR

Perilaku para pengusaha pun beragam, dari kelompok yang sama sekali tidak melaksanakan sampai ke kelompok yang telah menjadikan CSR sebagai nilai inti (*core value*) dalam menjalankan usaha. Terkait dengan praktik CSR, pengusaha dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu kelompok hitam, merah, biru, dan hijau (Sukmadi, 2010:136)

Tabel 2.3

Kategori Perusahaan Menurut Implementasi CSR

Peringkat	Keterangan
Hijau	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan yang sudah menempatkan CSR pada strategi jantung dan inti bisnisnya • CSR tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.
Biru	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan yang menilai praktik CSR akan memberi dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi bukan biaya.
Merah	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan peringkat merah yang memulai menerapkan CSR. CSR masih dipandang sebagai komponen biaya yang mengurangi keuntungan perusahaan.
Hitam	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatannya degenerative • Mengutamakan kepentingan bisnis • Tidak peduli aspek sosial disekelilingnya

2.1.4.6 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Hery (2012: 143) pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan CSR yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.

Pratiwi dan Djamhuri (2004) dalam Rahmawati (2012: 183) mendefinisikan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya”.

Sedangkan menurut Crowther (2008:106) pengertian pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

“Corporate Social Disclosure can be defined as the provision of financial and non-financial information relating to an organization’s interaction with its physical and social environment, as stated in annual report or separate social reports. Corporate Social Disclosure includes details of the physical and social environment, energy, human resources, products and community involvement matters.”

Dari pernyataan diatas maka dapat di simpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dapat didefinisikan sebagai penyediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan sosial, sebagaimana dinyatakan dalam laporan tahunan atau laporan sosial yang terpisah. Pengungkapan *Corporate Social* mencakup rincian lingkungan fisik dan sosial, energi, sumber daya manusia, produk dan hal-hal keterlibatan masyarakat.

Kewajiban mengungkapkan kegiatan CSR perusahaan dalam *annual report* perusahaan tercantum dalam pasal 66 ayat (2) dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas:

Laporan tahunan sebagaimana dimaksud 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 dari tahun buku yang bersangkutan, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas, serta catatan atas laporan keuangan tersebut;
- b. laporan mengenai kegiatan Perseroan;
- c. laporan pelaksanaan 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 bagi anggota Dewan Komisaris Perseroan untuk tahun yang baru lampau.

Faktor - faktor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut Deegan dalam Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR-nya, yaitu:

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mengukur kelompok *stakeholder* yang mempunyai pengaruh yang kuat.
8. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
9. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

Teori-teori yang Melandasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*:

1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Agency Theory mendasarkan hubungan kontrak antar anggota-anggota dalam perusahaan, dimana prinsipal dan agen sebagai pelaku utama. Prinsipal (pemegang saham) merupakan pihak yang memberikan mandat kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen (manajemen) merupakan pihak yang diberi amanat oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan oleh prinsipal kepadanya. Teori agensi menjelaskan hubungan antara prinsipal dengan agen. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholders* (Wardani dan Januarti, 2013)

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan factor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu, dapat dijadikan wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2014: 87)

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O'Donovan (2002) dalam Nor Hadi (2014: 87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan

masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Gray et. al, dalam Nor Hadi (2014: 88) berpendapat bahwa legitimasi merupakan :

“a systems-oriented view of organization and society permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and group”.

Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Nor Hadi, 2014: 88)

3. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder theory*)

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. *stakeholder is a group or an individual who can affect, or be affected by, the success or failure of an organization* (Luk, Yau, Tse, Alan, Sin, Leo dan Raymond, 2005). Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti:

pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Nor Hadi, 2014: 94).

Hummels dalam Nor Hadi (2014: 94):

“(stakeholder are) individuals and groups who have legitimate claim on the organization to participate in the decision making process simply because they are affected by the organisation’s practices, policies and actions.”

Batasan *stakeholder* tersebut di atas mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder* (Nor Hadi, 2014: 94).

Jones, Thomas dan Andrew dalam Nor Hadi (2014: 94) menyatakan bahwa pada hakikatnya *stakeholder theory* mendasarkan diri pada asumsi antara lain:

1. *The corporation has relationship with many constituent groups (stakeholder) that effect and are affected by its decision (Freeman, 1984).*
2. *The theory is concerned with nature of these relationship in terms of both processes and outcomes for the firm and its stakeholder.*

3. *The interests of all (legitimate) stakeholder have intrinsic value, and no set of interests is assumed to dominate the others* (Clakson, 1995; Donaldson & Preston 1995).
4. *The theory focuses on managerial decision making* (Donaldson & Preston 1995).

Berdasar pada asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Adam. C.H, dalam Nor Hadi, 2014:94-95).

Esensi teori *stakeholder* tersebut di atas jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat (publik) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*) (Nor Hadi, 2014: 95).

Item-item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut Wibisono (2007), terdapat banyak standar yang harus dijadikan pijakan dalam praktik

pertanggungjawaban sosial (*social responsibility*). *Equator Principles* yang diadopsi beberapa negara, merumuskan beberapa prinsip, antara lain:

1. *Accountability's (AA1000) standard*, yang mengacu pada prinsip "*Triple Bottom Line*" dari John Elkington. Standar berbasis prinsip yang diakui untuk organisasi yang membantu untuk menjadi lebih bertanggungjawab dan berkelanjutan. Standar tersebut adalah kerangka kerja *open source* yang dikembangkan melalui konsultasi multi-pihak dan proses *review*. Standar ini dirancang agar kompatibel dengan standar kunci lain termasuk pedoman GRI, SA8000, seri ISO dan standar akuntansi keuangan.
2. *Global Reporting Initiative (GRI)*, yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmental Economies (CERES)* dan UNEP pada tahun 1997. GRI merupakan organisasi non-profit yang mempromosikan keberlanjutan sosial, ekonomi dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka pelaporan keberlanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan diseluruh dunia. Pedoman pengungkapan GRI terdiri dari G3 dan G3.1. G3 atau yang sering dikenal dengan G 3.0 merupakan versi awal dari pedoman GRI yang terdiri dari 79 indikator dan merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini. G3.1 merupakan versi pengembangan dari G3 yang didalamnya terkandung 84 indikator termasuk 79 indikator yang digunakan sebelumnya pada G3 dengan beberapa perubahan dan tambahan-tambahan lainnya yang dinilai lebih menyempurnakan pedoman GRI.
3. *Social Accountability International SA8000 Standard SA 8000* adalah standar yang fokus pada tenaga kerja dan kondisi tempat kerja. SA8000 didasarkan pada ISO 9000 teknik mengaudit, menentukan perbaikan dan tindakan pencegahan untuk terus mendorong perbaikan dan berfokus pada system manajemen dan dokumentasi untuk membuktikan sistem ini. Sertifikasi SA8000 dilakukan secara independen, eksternal auditor dan berhubungan dengan kinerja perusahaan.
4. *ISO 14000 Environmental Management Standard*
ISO 14000 adalah standar yang terkait dengan pengelolaan lingkungan yang ada untuk membantu organisasi untuk meminimalkan dampak

negatif operasi mereka terhadap lingkungan, memenuhi hukum, peraturan dan persyaratan berorientasi lingkungan dan semakin meningkatnya.

5. ISO 26000

ISO 26000 adalah standar internasional yang memberikan bimbingan pada pelaporan keberlanjutan yang dibuat oleh *International Organization for Standardization* (ISO).

Untuk melakukan penilaian CSR sebagai acuan, indikator yang digunakan adalah *Global Reporting Initiative* G3. Indikator GRI G3 terdiri dari 3 kategori pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini.

Berikut adalah indikator-indikator pengungkapan CSR sebagaimana dikemukakan oleh GRI:

Tabel 2.4

Daftar Indikator Pengungkapan CSR menurut GRI

KATEGORI KINERJA EKONOMI	
Kinerja Ekonomi	
EC 1	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.
EC 2	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
EC 3	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
EC 4	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
Keberadaan Pasar	
EC 5	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.

EC 6	Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
EC 7	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior local yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
Dampak Tidak Langsung	
EC 8	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro
EC 9	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
KATEGORI LINGKUNGAN	
Bahan	
EN 1	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
EN 2	Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.
Energi	
EN 3	Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.
EN 4	Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
EN 5	Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
EN 6	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
EN 7	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
Air	
EN 8	Total pengambilan air per sumber.
EN 9	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
EN 10	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
Keanekaragaman Hayati	

EN 11	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
EN 12	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).
EN 13	Perlindungan dan Pemulihan Habitat.
EN 14	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
EN 15	Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (<i>IUCN Red List Species</i>) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah- daerah yang terkena dampak operasi.
Emisi, Efluen, dan Limbah	
EN 16	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
EN 17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya
EN 19	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.
EN 20	NO, SO, dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
EN 21	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
EN 22	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
EN 23	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
EN 24	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.
EN 25	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.

Produk dan Jasa.

EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
EN 27	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
Kepatuhan	
EN 28	Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
Transportasi	
EN 29	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
Keseluruhan	
EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
KATEGORI SOSIAL	
Sub Kategori Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja	
Pekerjaan	
LA 1	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
LA 2	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
LA 3	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
Tenaga Kerja/Hubungan Manajemen	
LA 4	Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
LA 5	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	

LA 6	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.
LA 7	Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
LA 9	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.

Pelatihan dan Pendidikan

LA 10	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
LA 11	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
LA 12	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.

Keberagaman dan Kesetaraan Pulang

LA 13	Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
LA 14	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.

Sub Kategori Hak Asasi Manusia

HR 1	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
HR 2	Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.
HR 3	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

Non Diskriminasi	
HR 4	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan diambil/dilakukan.
Kebijakan Publik	
SO 5	Ketidukung kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
Pekerja Anak	
SO 6	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
HR 6	Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
Anti Persaingan	
HR 7	Jumlah pelanggaran hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksi yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
SO 8	Nilai denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
Praktik Keamanan	
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	
HR 8	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
PR 1	Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
PR 2	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
HR 9	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
Sub Kategori Masyarakat	
Pelabelan Produk dan Jasa	
Komunitas	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persyaratan, produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
SO 1	Persentase, produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
PR 4	Jumlah pelanggaran pada saat pemantauan pada saat beroperasi saat menyediakan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
PR 5	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
SO 2	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
Komunikasi Pemasaran	
SO 3	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
PR 6	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
SO 4	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
PR 7	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.

Privasi Pelanggan	
PR 8	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
Kepatuhan	
PR 9	Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: www.globalreporting.org

2.1.4.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*

Faktor-faktor yang mempengaruhi corporate social responsibility menurut

Ilham (2010) yaitu:

1. Faktor Internal
 - a. Pada dasarnya perusahaan menyadari jika dirinya termasuk dalam kelompok sosial yang berkecimpuk di suatu tempat tertentu dan berkaitan dengan kelompok sosial lainnya.
 - b. Perusahaan menyadari jika niatan membantu sesama kelompok sosial (manusia) dan menjaga kelestarian lingkungan (Bumi) merupakan suatu tindakan yang mulia dan dianjurkan disetiap agama
 - c. Perusahaan menyadari jika dengan adanya program CSR ini maka akan berdampak positif salah satunya adalah berdampak pada kelancaran dan kelangsungan kegiatan operasional perusahaan
 - d. Perusahaan mempunyai niatan untuk mendorong karyawan supaya dapat hidup lebih disiplin, mengembangkan kemampuan untuk kemajuan perusahaan serta menumbuhkan sikap peduli terhadap lingkungan sekitar.
2. Faktor Eksternal
 - a. Perusahaan ingin menjalin hubungan baik dengan lingkungan sekitar perusahaan dalam hal ini masyarakat yang berdomisili dekat dengan lokasi perusahaan maupun masyarakat secara luas yang dalam hal ini diartikan masyarakat yang lokasinya jauh dari perusahaan
 - b. Ikut berpartisipasi dalam pengelolaan dan melestarikan lingkungan hidup
 - c. Perusahaan ingin berperan dalam mendorong pendapatan masyarakat melalui program ekonomi kerakyatan
3. Faktor Pemerintah

- a. Anjuran yang dilayangkan pemerintah kepada perusahaan untuk ikut berperan serta dalam menjaga dan memelihara / melestarikan kehidupan yang harmonis dengan pengelolaan limbah yang baik dan ramah lingkungan
- b. Sebagai lembaga yang berorientasi pada pendapatan maka pemerintah menganjurkan kepada perusahaan untuk ikut berperan serta dalam hal mendukung program – program pemerintah khususnya dalam hal pengentasan kemiskinan dan kelayakan hidup.
- c. Munculnya UU Perseroan Terbatas serta Keputusan Menteri Negara yang mengatur mengenai Tanggung Jawab Sosial.

2.1.4.8 Metode Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Untuk menghitung *corporate social responsibility* menggunakan pendekatan yang telah digunakan oleh Haniffa (2005), yaitu setiap item pengungkapan *corporate social responsibility* 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. Rumus perhitungan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

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

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

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

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Pengertian nilai perusahaan menurut Brigham dan Ehrhardt (2004) adalah sebagai berikut :

“Value is determined by results as reaveable in financial statement value of firm is stockholder wealth maximization, which translates into maximizing the price of the firm’s common stock.”

Artinya nilai perusahaan merupakan nilai yang dapat ditentukan dari perbandingan hasil sebagai kinerja perusahaan, nilai perusahaan terlihat dari maksimalisasi kekayaan pemegang saham yang dimaksudkan kedalam memaksimumkan harga saham perusahaan.

Menurut Husnan (2008:5) bagi perusahaan nilai perusahaan adalah:

“Bagi nilai perusahaan yang belum go public merupakan jumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual sedangkan bagi perusahaan yang sudah go public nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal”

Menurut Agus Sartono (2010:48) nilai perusahaan adalah:

“Nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang beroperasi, adanya kelebihan jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu”.

Dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari tingginya tingkat nilai saham yang dimiliki oleh pemegang saham atas investasinya.

2.1.5.1.1 Saham

Menurut Sunariyah (2011:126) yang dimaksud dengan saham adalah:

“ 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.”

Sedangkan Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011:5) saham adalah:

“Sebagai tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseorangan terbatas. Wujud saham adalah selebar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan di perusahaan tersebut.”

Saham dibagi menjadi beberapa jenis dan menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011:6) jenis-jenis saham adalah sebagai berikut:

1. Jenis saham dilihat dari segi kemampuan dalam hak tagih atau klaim. Dibedakan menjadi:
 - a. Saham biasa: saham yang menempatkan pemiliknya paling junior terhadap pembagian dividen, ha katas kekayaan perusahaan apabila dilikuidasi.
 - b. Saham preferen : saham yang memiliki karakteristik gabungan antara obligasi dan saham biasa, karena bisa menghasilkan pendapatan tetap

(seperti bunga obligasi), tetapi juga bisa tidak mendatangkan hasil seperti yang dikehendaki investor.

2. Jenis saham dilihat dari segi cara peralihannya, dibedakan menjadi:
 - a. Saham atas unjuk: pada saham tersebut tidak tertulis nama pemiliknya agar mudah dipindahtagankan dari satu investor ke investor lainnya. Secara hukum siapa saja yang memegang saham tersebut, maka dialah diakui sebagai pemiliknya dan berhak untuk ikut hadir dalam rapat umum pemegang saham.
 - b. Saham atas nama: merupakan saham yang ditulis dengan jelas siapa nama pemiliknya, dimana cara peralihannya harus melalui prosedur tertentu.
3. Jenis saham dilihat dari segi kinerja perdagangan, dibedakan menjadi:
 - a. *Blue-Chip Stock*: saham biasa dari suatu perusahaan yang memiliki reputasi tinggi, sebagai leader di industri sejenis, memiliki pendapatan yang stabil dan konsisten dalam membayar dividen.
 - b. *Income Stock*: saham dari suatu emiten yang memiliki kemampuan membayar dividen lebih tinggi dari rata-rata dividen yang dibayarkan pada tahun sebelumnya.
 - c. *Growth Stock*: saham-saham dari emiten yang memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi.
 - d. *Speculative Stock*: saham suatu perusahaan yang tidak bisa secara konsisten memperoleh penghasilan dari tahun ke tahun, akan tetapi mempunyai kemungkinan penghasilan yang tinggi di masa mendatang, meskipun belum pasti.
 - e. *Counter Cyclical Stock*: saham yang tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum.

2.1.5.1.2 Investasi

Menurut Sunariyah (2011:4) definisi investasi adalah :

“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.”

Sedangkan definisi investasi menurut Tandelilin (2010:3) adalah :

“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.”

Dari definisi 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) 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.

2.1.5.2 Konsep Nilai Perusahaan

Menurut Toto Prihadi (2012:50) konsep nilai perusahaan yaitu :

“Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yaitu merupakan refleksi penilaian oleh public terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dikatakan secara riil karena terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kestabilan penawaran harga yang secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para penjual (emiten) dan para investor. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal saham di pasar disebut konsep nilai perusahaan.”

Menurut Christiawan dan Tarigan (2012), terdapat beberapa konsep nilai

yang menjelaskan nilai suatu perusahaan, yaitu:

- a. Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- b. Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- c. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan asset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- d. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
- e. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

2.1.5.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Arthur J Keown (2010:849) menyatakan bahwa terdapat

beberapa alternative untuk menilai perusahaan, yaitu :

1. *Price Book Value*

Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh.

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

2. Nilai buku

Secara sederhana bisa dihitung dengan cara membagi selisih antara total aktiva dengan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

$$\text{Nilai buku} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

3. *Enterprise Value*

Enterprise value atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena *enterprise value* merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Hal ini karena dalam perhitungan *enterprise value* dimasukan juga faktor-faktor yang tidak dimasukan dalam perhitungan kapitalisasi pasar suatu perusahaan.

$$\text{Enterprise value} = \text{Market capitalization} + \text{Debt} - \text{Cash}$$

4. *Price Earning Ratio Method*

Alternatif ini memerlukan informasi mengenai proyeksi *future earnings* perusahaan, *expected return for equity investment*, *expected return on investment* dan *historical price earning ratio*. Informasi-informasi tersebut digunakan untuk menentukan target price earning ratio dan kemudian dibandingkan dengan rata-rata industrinya.

5. *Discounted Cashflow Approach*

Melalui cara ini penilaian akan mendiskontokan *expected cashflow* dan membandingkannya dengan market value perusahaan.

6. Nilai Appraisal

Nilai appraisal suatu perusahaan dapat diperoleh dari perusahaan appraisal independent. Nilai ini sering dihubungkan dengan biaya penempatan. Nilai appraisal dari suatu perusahaan akan bermanfaat sewaktu digunakan dalam hubungannya dengan metode penilaian yang

lain. Nilai appraisal juga akan berguna dalam situasi tertentu seperti dalam perusahaan keuangan, perusahaan sumber daya alam atau organisasi beroperasi dalam keadaan rugi.

7. Nilai Pasar Saham

Nilai pasar saham sebagaimana dinyatakan dalam kuotasi pasar modal adalah pendekatan lain untuk memperkirakan nilai bersih dari suatu bisnis. Pendekatan nilai adalah salah satu yang paling sering dipergunakan dalam menilai perusahaan besar dan sering juga digunakan untuk menentukan harga perusahaan.

8. Nilai *Chop-Shop*

Pendekatan *chop-shop* pertama kali diperkenalkan oleh *Dean Lebaron dan Lawrence Speidell Pf Batterymarch Management*. Secara khusus dia menekankan untuk mengidentifikasi perusahaan multi industri yang berada dibawah nilai dan akan bernilai lebih apabila dipisahkan menjadi bagian-bagian. Pendekatan *chop-shop* menekankan nilai perusahaan dengan berbagai segmen bisnis mereka. Pendekatan *chop-shop* secara aktual terdiri dari 3 tahap, yaitu:

- a. Mengidentifikasi berbagai segmen bisnis perusahaan dan mengkalkulasikan rasio kapitalisasi rata-rata untuk perusahaan dalam industri tersebut.
- b. Mengkalkulasikan nilai pasar teoritis di atas setiap rasio kapitalisasi.
- c. Rata-rata nilai pasar tertulis untuk menentukan nilai chop-shop perusahaan.

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

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.

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

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 :

$$q = (MVS + MVD)/RVA$$

Keterangan:

MVS = Market value of all outstanding stock.

MVD = Market value of all debt.

RVA = Replacement value of all production capacity.

Di dalam penggunaannya, *Tobin's q* mengalami modifikasi. Modifikasi *Tobin's q* versi Chung dan Pruitt (1994) telah digunakan secara konsisten karena disederhanakan diberbagai simulasi permainan. Modifikasi versi ini secara statistik kira-kira mendekati *Tobin's q* asli dan menghasilkan perkiraan 99,6% dari formulasi aslinya yang digunakan oleh Lindenberg &

Ross (1981) dalam (Sudiyatno & Puspitasari, 2010). Formulasi rumusnya sebagai berikut:

$$q = (MVS + D)/TA$$

Dimana: MVS = Market value of all outstanding shares.

D = Debt.

TA = Firm's asset's.

Market value of all outstanding shares (MVS) merupakan nilai pasar saham yang diperoleh dari perkalian jumlah saham yang beredar dengan harga saham (Outstanding Shares * Stock Price).

Debt merupakan besarnya nilai pasar hutang, dimana nilai ini dapat dihitung dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$D = (AVCL - AVCA) + AVLTD$$

Dimana: AVCL = Short Term Debt + Taxes Payable.

AVLTD = Long Term Debt.

AVCA = Cash + Account Receivable + Inventories.

Sedangkan menurut Harmono (2013:57) pengukuran nilai perusahaan melalui pendekatan:

1. PER (*Price Earning Ratio*)

$$PER = \frac{\text{Market Price}}{\text{Earning Per Share}}$$

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

2. Return

$$R_m = \frac{\text{IHSG}_t - \text{IHSG}_{t-1}}{\text{IHSG}_{t-1}}$$

$$\text{IHSG} = \frac{\text{Nilai pasar } t-1}{\text{Nilai dasar}}$$

Dalam penelitian ini penulis lebih menekankan nilai perusahaan pada harga pasar yang diukur dengan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap investasi incremental.

2.1.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan antara lain sebagai berikut:

1. Struktur modal

Struktur modal menurut Sartono (2010:225) didefinisikan sebagai berikut:

“Struktur modal merupakan perimbangan jumlah utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa”

Struktur modal menurut Irham Fahmi (2011:106) didefinisikan sebagai berikut:

“Struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (*long-term liabilities*) dan modal sendiri (*shareholder's equity*) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan.”

2. Profitabilitas

Menurut Brigham dalam Fah Hala (2014) Profitabilitas adalah

“Hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Untuk dapat menjaga kelangsungan hidupnya, suatu perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan (Profitable). Tanpa adanya keuntungan akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditor, pemilik perusahaan dan terutama pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan ini, karena disadari betul betapa pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan.”

3. Resiko Perusahaan

Menurut (Fitria 2013:21) Resiko perusahaan adalah

“Suatu kondisi dimana kemungkinan-kemungkinan yang menyebabkan kinerja suatu perusahaan menjadi lebih rendah daripada apa yang diharapkan suatu perusahaan karena adanya suatu kondisi tertentu yang tidak pasti di masa mendatang, Oleh karena itu dengan memahami risiko yang ada perusahaan mampu mencegah resiko tersebut dengan mengidentifikasi untuk menstabilkan kinerja mereka, sehingga mampu untuk memenuhi target, meminimalisir kegagalan dalam perusahaan dan mampu menciptakan sebuah peluang bisnis yang menguntungkan”

Oleh karenanya menurut Hilman Muchsin 2010 dalam Fitria 2013:28

“risiko harus dipandang tidak hanya momok yang memunculkan kerugian, tetapi juga bisa menguntungkan. risiko tidak selamanya dipandang buruk. Kemampuan mengenali risiko justru dapat menjadi Kenggulan. Risiko perusahaan dapat dikategorikan menjadi 4 jenis risiko:

- a. Risiko keuangan
Terjadi karena adanya fluktuasi target keuangan, dan risiko ini terdiri dari risiko likuiditas, risiko kredit, risiko permodalan.
- b. Risiko operasional
Terjadi karena adanya penyimpangan dari hasil yang diharapkan, dan risiko ini terdiri dari risiko SDM, risiko produksi, risiko teknologi, risiko inovasi, risiko sistem dan risiko proses.
- c. Risiko strategis
Terjadi karena telah mempengaruhi exposure perusahaan (terutama exposure keuangan) akibat keputusan strategis yang tidak sesuai lingkungan eksternal dan internal. Risiko ini terdiri dari risiko bisnis, risiko leverage operasi, risiko transaksi strategis.
- d. Risiko eksternalitas
Terjadi karena berkaitan dengan potensi penyimpangan hasil pada exposure perusahaan dan bisa berdampak pada potensi penutupan usaha, karena pengaruh dari faktor eksternal. Risiko ini terdiri dari risiko lingkungan, risiko reputasi, risiko hukum.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini.

Tabel 2.5

Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel dependen	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1.	Raditia Adi Agung	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan	<i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate</i>	Nilai Perusahaan.	<i>Good Corporate Governance</i>

	(2015)	pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	<i>Sosial Responsibility</i>		dan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
2.	Reny Diah Retno (2012)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	Nilai Perusahaan	<i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. dan Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
3.	Bhukti Fitri Prasetyorini (2013)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas	Nilai Perusahaan	variabel ukuran perusahaan, price earning ratio, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel

					leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4.	Titi Suhartati (2013)	Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan	Nilai Perusahaan	<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. 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

					<p>dewan komisaris signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>b.Jumlah dewan komisaris Independent signifikan berpengaruh terhadap nilai 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). Penerapan *good corporate governance* akan mendapatkan perhatian yang baik bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan

otomatis akan menambah nilai tambah atau asumsi baik bagi perusahaan (Adrian Sutedi 2011:8)

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.

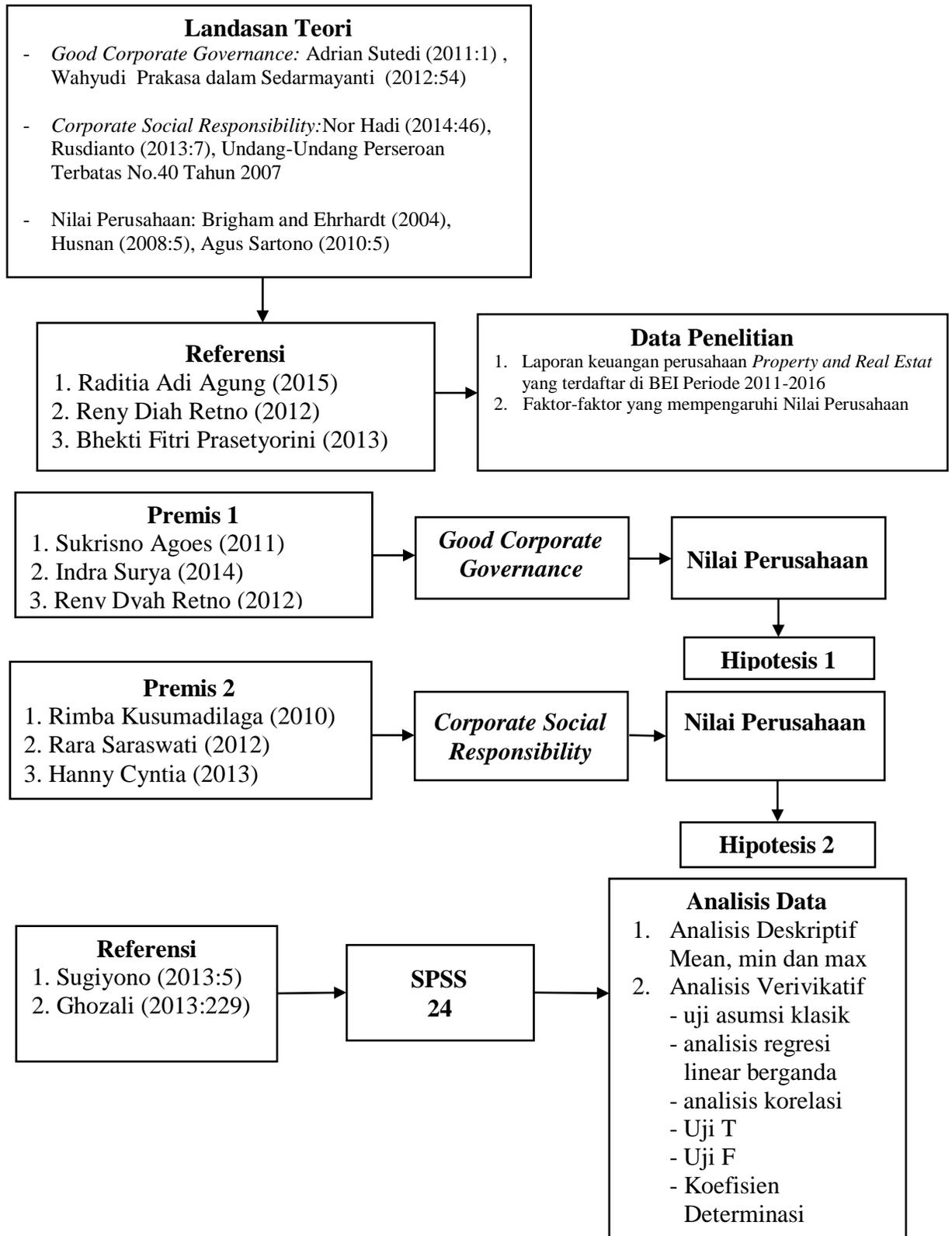
2.2.3 Hubungan *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan

Pedoman umum *Good Corporate Governance* Indonesia menyatakan bahwa salah satu tujuan pelaksanaan *Corporate Governance* adalah mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Implementasi CSR merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip *Corporate Governance*. Perusahaan yang telah melaksanakan *Corporate*

Governance dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas *Corporate Social Responsibility* sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial. Penganut paham *Corporate Governance* mudah menerima adanya kebutuhan dan kewajiban untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* karena kedua kegiatan tersebut berlandaskan pemahaman falsafah yang sama.

Corporate Governance menyangkut tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan terutama atas kegiatan ekonomi dan segala dampaknya, sedangkan *Corporate Social Responsibility* adalah kegiatan yang diselenggarakan perusahaan untuk menaikkan tingkat kesejahteraan masyarakat di luar kegiatan yang utama perusahaan. Kedua kegiatan tersebut sama-sama bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham namun tetap memperhatikan kepentingan lainnya. (Zarkasyi, 2008 dalam Rahmawati, 2012). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan sejumlah kebijakan untuk menuntut pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Semua hal tersebut tidak terlaksana dengan baik apabila perusahaan tidak menerapkan *Good Corporate Governance* beserta aspek-aspek yang termasuk di dalamnya

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