

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Akuntansi

Menurut Rudianto (2012:4) akuntansi adalah:

“Aktivitas mengumpulkan, menganalisis, menyajikan, dalam bentuk angka, mengklasifikasikan, mencatat, meringkas, dan melaporkan aktivitas /transaksi suatu badan usaha dalam bentuk informasi keuangan.”

Pengertian akuntansi menurut Weygandt, Kimmel & Kieso (2011:7)

“Akuntansi adalah sistem informasi yang mengidentifikasi, mencatat, dan mengkomunikasikan peristiwa ekonomi dari suatu organisasi kepada pihak yang memiliki kepentingan”

Dari beberapa definisi di atas, berdasarkan pemahaman penulis akuntansi adalah suatu sistem informasi yang mengukur aktivitas perusahaan yang dapat menghasilkan informasi kepada pihak pengambil keputusan.

2.1.2 Pengertian Sistem

Menurut Azhar Susanto (2013:22) sistem adalah:

“Sistem adalah kumpulan/group dari sub sistem/bagian/komponen apapun baik fisik ataupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan tertentu”.

Menurut Mulyadi (2010:5) sistem adalah:

“Sistem adalah jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan pokok perusahaan”.

Dari beberapa definisi diatas, berdasarkan pemahaman penulis sistem merupakan kumpulan elemen-elemen atau komponen yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

2.1.3 Good Corporate Governance

2.1.3.1 Pengertian Good Corporate Governance

Istilah “*corporate governance*” pertama kali diperkenalkan oleh Cadbury Committee, Inggris di tahun 1922 yang menggunakan istilah tersebut dalam laporannya yang dikenal sebagai *Cadbury Report*. Definisi dari *Cadbury Committee of United Kingdom* dalam Sukrisno Agoes & I Cenik Ardana (2013:101) mendefinisikan *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

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

Menurut Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) secara umum istilah *corporate governance* merupakan sistem pengendalian dan pengaturan perusahaan yang dapat dilihat dari mekanisme hubungan antara berbagai pihak yang mengurus perusahaan, evaluasi dari nilai-nilai yang terkandung dari mekanisme pengelolaan itu sendiri. Tim *Good Corporate Governance* (GCG) BPKP memudahkan definisi *corporate governance*, sebagai:

komitmen, aturan main, serta praktik penyelenggaraan bisnis secara sehat dan beretika.

Definisi menurut Sir Adrian Cadbury, menjelaskan bahwa *good corporate governance* adalah mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan dan kewenangan perusahaan. *Corporate governance* juga memberikan penekanan pentingnya penggunaan sumber daya perusahaan secara efisien dan bertanggung jawaban kepada para *shareholders* khususnya, dan *stakeholders* pada umumnya. Tentu saja hal ini dimaksudkan pengaturan kewenangan direktur, manajer, pemegang saham, dan pihak lainnya yang berhubungan dengan perkembangan perusahaan di lingkungan tertentu.

Dalam buku Adrian Sutedi (2011) menyebutkan bahwa dalam rangka *economy recovery*, pemerintah Indonesia dan *International Monetary Fund* (IMF) memperkenalkan konsep *Good Corporate Governance* sebagai tata cara kelola perusahaan yang sehat. Konsep ini diharapkan dapat melindungi pemegang saham (*stockholders*) dan kreditor agar dapat memperoleh kembali investasinya. *Good Corporate Governance* secara definisi merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah untuk semua *stakeholder*.

Ada dua hal yang ditekankan pada konsep ini, pertama, pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi yang akurat dan tepat waktu dan kedua, kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan secara akurat, tepat waktu, dan transparansi terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *stakeholder*. Pada prinsipnya *corporate governance* menyangkut kepentingan

para pemegang saham, perlakuan yang sama terhadap para pemegang saham, peranan semua pihak-pihak yang berkepentingan dalam *corporate governance*, transparansi dan penjelasan, serta peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit.

Adapun definisi menurut *Organization of economic cooperation and development* (OECD), dalam Aspek Hukum Perusahaan *corporate governance* sebagai berikut:

“Corporate Governance relates to the internal means by which corporation are operated and controlled. While governments play a central role in shaping the legal, institutional and regulatory climate within which individual corporate governance systems are developed, the main responsibility lies with the private sector”.

OECD melihat *corporate governance* berkaitan dengan sarana internal dari suatu perusahaan yang dioperasikan dan diawasi atau dikendalikan. Dimana pemerintah berperan sebagai sentral untuk menyusun produk hukum, lembaga dan peraturan-peraturan yang mendukung untuk mengembangkan sistem individu tata kelola perusahaan, dan meletakkan tanggungjawab utama pada sektor swasta.

Menurut Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor:Kep-117/M-MBU/2002 (dalam Sedarmayanti, 2012 : 54) tentang penerapan praktik *good corporate governance* pada badan usaha milik negara maka ditetapkan bahwa *good corporate governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh BUMN untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders*, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika. Sedangkan *stakeholder* adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan BUMN, baik langsung maupun tidak

langsung yaitu pelanggan, masyarakat, DPRD, Kepala Daerah, Direksi, Karyawan, Rekanan, dan Otoritas Air Baku.

Dalam *Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI)* (Gideon, 2005) dalam Rahmawati (2012: 169) mendefinisikan *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

“*Good corporate governance* sebagai seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain sistem yang mengarah dan mengendalikan perusahaan”.

Dari definisi-definisi tersebut berdasarkan pemahaman penulis *good corporate governance* merupakan rangkaian proses, kebiasaan, kebijakan aturan, dan institusi yang mempengaruhi pengarahannya, pengelolaan, serta pengontrolan suatu perusahaan.

Good corporate governance juga mencakup hubungan antara para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terlibat serta tujuan pengelolaan perusahaan. Pihak-pihak utama dalam *good corporate governance* adalah pemegang saham, manajemen, dan dewan direksi. Pemangku kepentingan lainnya termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, bank dan kreditor lain, lingkungan, serta masyarakat luas. *Good corporate governance* khususnya mengimplementasikan pedoman dan mekanisme untuk memastikan perilaku yang baik dan melindungi kepentingan pemegang saham.

2.1.3.2 Mekanisme Corporate Governance

Mekanisme CG merupakan suatu aturan main, prosedur dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil keputusan dengan pihak yang melakukan *control*, pengawasan terhadap keputusan tersebut. Mekanisme GC diarahkan untuk menjamin dan mengawasi berjalannya sistem *governance* dalam sebuah organisasi (Walsh dan schward, 1990 dalam Arifin, 2005).

Menurut Barnhart dan Rosenstein (1998) dalam Lastanti (2004), mekanisme GC dibagi menjadi dua, yaitu *internal mechanism* (mekanisme internal), seperti komposisi dewan direksi/komisaris, kepemilikan manajerial, dan kompensasi eksekutif. Mekanisme yang kedua yaitu *external mechanism* (mekanisme eksternal), seperti pengendalian oleh pasar dan *level debt financing*.

Mekanisme GC yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, karena keterbatasan data mekanisme yang lain. Dalam penelitian ini semakin tinggi kepemilikan manajerial diharapkan pihak manajemen akan berusaha semaksimal mungkin untuk kepentingan para pemegang saham. Hal ini disebabkan oleh pihak manajemen juga akan memperoleh keuntungan bila perusahaan memperoleh laba.

Menurut Sukrisno Agoes (2011:109) mekanisme GCG yaitu, Ukuran Dewan Komisaris, Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit.

1. Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 ayat 6 menjelaskan dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Dewan Komisaris adalah organ yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi”.

Komite Kebijakan Nasional Governance (KNKG) (2006) mendefinisikan dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Dewan Komisaris adalah bagian dari organ perusahaan yang bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG, namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional”.

Menurut Sembiring (2005) ukuran dewan komisaris adalah:

“Ukuran dewan Komisaris adalah jumlah seluruh anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan”.

Dari beberapa definisi diatas, berdasarkan pemahaman penulis dewan komisaris adalah jumlah seluruh anggota komisaris dalam perusahaan yang melakukan pengawasan terhadap direksi dalam menjalankan perusahaan.

Pengukuran Dewan Komisaris diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris, Dewan Komisaris adalah salah satu mekanisme yang banyak dipakai untuk memonitor manajer (Pangestu dan Munggaran, 2014).

Menurut Setyarini (2011) ukuran dewan komisaris dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ukuran Dewan Komisaris = Jumlah anggota dewan komisaris

Rumus diatas berfungsi untuk mengetahui jumlah anggota dewan komisaris yang ada di perusahaan. Peraturan Otoritas Jasa KEuangan No.33/POJK.04/2014 yang menjelaskan jumlah anggota Dewan Komisaris paling kurang 2 (dua) orang dan paling banyak sama dengan jumlah anggota Direksi. Menurut Coller dan Greogy (1999) semakin besar jumlah anggota dewan direksi, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring yang dilakukan semakin efektif.

2. Dewan Komisaris Independen

Tunggal (2009:79) menyatakan komisaris independen adalah sebagai berikut:

“Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang diangkat berdasarkan keputusan RUPS dari pihak yang tidak terafiliasi dengan pemegang saham utama, anggota direksi dan/ atau anggota dewan komisaris lainnya”.

Komisaris Independen menurut Agoes dan Ardana (2014:110) adalah:

“komisaris dan direktur independen adalah seseorang yang ditunjuk untuk mewakili pemegang saham independen (pemegang saham minoritas) dari pihak yang ditunjuk tidak dalam kapasitas mewakili pihak mana pun dan semata-mata ditunjuk berdasarkan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan keahlian professional yang dimilikinya untuk sepenuhnya menjalankan tugas demi kepentingan perusahaan”.

Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (2006) komisaris independen adalah:

“komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak berfialiasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan”.

Dari beberapa definisi diatas, berdasarkan pemahaman penulis dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, pemegang saham, dan anggota dewan komisaris lainnya.

Pengukuran proporsi dean komisari menurut Djuitaningsih dan Martatilova (2012) adalah sebagai berikut:

$$PDKI = \frac{\text{Jumlah anggota komisaris independen}}{\text{jumlah total anggota dewan komisaris}} \times 100\%$$

Rumus diatas berfungsi untuk mengetahui persentase proporsi jumlah dewan komisaris independen dengan membandingkan antara jumlah anggota komiaris independen dengan total anggota dewan komisaris. Menurut Haniffa dan Cooke (2002) apabila jumlah komisaris independen di suatu perusahaan semakin besar atau dominan, maka dapat memberikan power kepada dewan komisaris untuk meningkatkan kualitas pengungkapan informasi perusahaan. Komposisi dewan komisaris independen yang semakin besar dapat mendorong dewan komisaris unuk bertindak objektif dan mampu melindungi seluruh stakeholders perusahaan. Komisaris independen diperlukan untuk meningkatkan independensi dewan komisaris terhadap kepentingan pemegang saham dan benar-benar menempatkan kepentingan perusahaan diatas kepentingan lainnya. Menurut Peraturan Pencatatan No.I-A tentang Ketentuan Umum Pencatatan efek Bersifat Ekuitas di Bursa, jumlah komisaris independen minimum 30% dari seluruh dewan komisaris.

3. Kepemilikan Manajerial

Menurut Imanta dan Satwiko (2011:68) definisi kepemilikan manajerial adalah:

“Merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh pihak manager atau dengan kata lain manager juga sekaligus sebagai pemegang saham”

Sedangkan menurut Faizal (2011) kepemilikan manajerial adalah:

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

Berdasarkan definisi diatas, berdasarkan pemahaman penulis kepemilikan manajerial merupakan proporsi saham yang dimiliki oleh manajer yang dinyatakan dalam % sehingga manajer sekaligus sebagai pemegang saham.

Pengukuran Kepemilikan Manajerial menurut Asmiran 2013 adalah:

$$KM = \frac{\text{Jumlah Saham Manajemen}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

Rumus diatas berfungsi mengetahui persentase kepemilikan manajerial dengan membandingkan antara jumlah saham manajemen dengan jumlah saham yang beredar. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No../POJK.04/2013 tentang Program Kepemilikan Saham Oleh Karyawan Perusahaan Terbuka terkait hak karyawan perusahaan untuk memperoleh sampai sejumlah 10% dari saham yang ditawarkan. Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk

kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (roaa et al, 2002).

Semakin besar kepemilikan saham oleh manajer maka akan semakin mengurangi perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan kepentingan pribadi, dengan begitu manajer akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan. Tingkat kepemilikan manajerial yang terlalu tinggi juga berdampak buruk terhadap perusahaan, dengan kepemilikan manajerial yang tinggi, manajer mempunyai hak voting yang tinggi sehingga manajer mempunyai posisi yang kuat untuk mengendalikan perusahaan, hal ini dapat menimbulkan adanya kesulitan bagi para pemegang saham eksternal untuk mengendalikan tindakan manajer (Purwanti dan Setiyarani, 2011).

4. Kepemilikan Institusional

Pengertian Kepemilikan Institusional Menurut Widarjo (2010:25) adalah:

“Kepemilikan Institusional adalah kondisi dimana institusi memiliki saham dalam suatu perusahaan. Institusi tersebut dapat berupa pemerintah, institusi swasta maupun asing”.

Menurut Masdupi (2005) adalah:

“Kepemilikan Institusional merupakan proporsi saham yang dimiliki institusional pada akhir tahun yang diukur dalam persentase saham yang dimiliki oleh investor institusional dalam suatu perusahaan”.

Sedangkan menurut Thesarani (2016) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan Institusional adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki institusional pada akhir tahun yang diukur dalam persentase saham

yang dimiliki investor institusional dalam perusahaan seperti perusahaan asuransi, bank, dana pension, dan *investment banking*”.

Dari beberapa definisi diatas, berdasarkan pemahaman penulis kepemilikan institusional adalah proporsi saham yang dimiliki institusional dalam suatu perusahaan pada akhir tahun.

Pengukuran Kepemilikan institusional menurut Masdupi (2005:200) sebagai berikut:

$$INST = \frac{\text{Jumlah Saham institusi}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

Rumus diatas berfungsi untuk mengetahui persentase kepemilikan institusional dengan membandingkan antara jumlah saham kepemilikan institusional dengan jumlah saham yang beredar. Peraturan BAPEPAM VIII G.7 tahun 2012 Tentang Penyajian dan Pengungkapan Keuangan Emiten Atau Perusahaan Publik terkait hak pihak institusional untuk memperoleh saham hingga lebih dari 5% dari saham yang ditawarkan.

Menurut Ningrum dan Jayanto (2013:432) menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan institusional dengan persentase yang besar lebih mampu untuk memonitor kinerja manajemen. Investor nstitusional memiliki *power* dan *esperince* serta tanggungjawab dalam menerapkan prinsip *good corporate governance* untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh pemegang saham sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan.

5. Komite Audit

Menurut Arents (2010) komite audit adalah:

“Umumnya komite audit terdiri dari tiga atau lima kadang tujuh orang yang bukan bagian dari manajemen perusahaan. Tujuan dibentuknya komite audit yaitu untuk menjadi penengah antara auditor dan manajemen perusahaan apabila terjadi perselisihan”.

Menurut Peraturan Nomor IX.1.5 dalam lampiran keputusan ketua Bapepam Nomor: kep-29/PM/2004 mengemukakan bahwa:

“Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas dan fungsinya”.

Dari beberapa definisi diatas, berdasarkan pemahaman penulis komite audit adalah anggota komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dan bekerja sama dalam melaksanakan tugas dan fungsi dewan komisaris.

Pengukuran Komite Audit menurut Pujiningsih (2011) dapat diukur dengan menggunakan:

$$\text{Komite Audit} = \text{Jumlah Anggota Komite Audit di Perusahaan}$$

Rumus diatas berfungsi untuk menjelaskan jumlah komite audit yang ada di perusahaan. Menurut Peraturan Bapepam-LK No. IX.1.5 tentang Pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit menyatakan bahwa Komite audit minimal terdiri dari 3 orang, dengan rincian minimal 1 orang komisaris independen yang menempati posisi ketua komite audit dan minimal 2 orang pihak independen dari luar emiten. Karena dengan semakin besar ukuran komite audit akan meningkatkan fungsi pengawasan pada komite terhadap pihak manajemen.

2.1.3.3 Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance*

Tujuan *Good Corporate Governance* pada intinya adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. Pihak-pihak tersebut adalah pihak internal yang meliputi dewan komisaris, direksi, karyawan, dan pihak eksternal yang meliputi investor, kreditur, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Dalam praktiknya, *corporate governance* berbeda di setiap Negara karena masing-masing Negara memiliki system yang digunakan dalam perusahaan.

Menteri Negara BUMN mengeluarkan Keputusan Nomor Kep-117/M-MBU/2002 tentang penerapan GCG (Tjager dkk., 2003) dalam Sukrisno Agoes & I Cenik Ardana (2013:103). Ada lima prinsip menurut keputusan ini, yaitu:

- a. “Kewajaran (*fairness*)
- b. Transparansi
- c. Akuntabilitas
- d. Pertanggungjawaban
- e. Kemandirian”.

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

- a. Kewajaran (*fairness*)

Merupakan prinsip agar pengelola memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil dan setara, baik pemangku kepentingan primer (pemasok, pelanggan, karyawan, pemodal) maupun pemangku kepentingan sekunder (pemerintah, masyarakat, dan yang lainnya). Hal ini yang

memunculkan *stakeholders* (seluruh kepentingan pemangku kepentingan), bukan hanya kepentingan *stockholders* (pemegang saham saja).

b. Transparansi

Merupakan kewajiban bagi para pengelola untuk menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses keputusan dan penyampaian informasi. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi juga mengandung arti bahwa informasi harus lengkap, benar, dan tepat waktu kepada semua pemangku kepentingan. Tidak boleh ada hal-hal yang dirahasiakan, disembunyikan, ditutup-tutupi, atau ditunda-tunda pengungkapannya.

c. Akuntabilitas

Prinsip ini dimana para pengelola berkewajiban untuk membina sistem akuntansi yang efektif untuk menghasilkan laporan keuangan (*financial statements*) yang dapat dipercaya. Untuk itu, diperlukan kejelasan fungsi, pelaksanaan, dan pertanggungjawaban setiap organ sehingga pengelolaan berjalan efektif.

d. Pertanggungjawaban

Prinsip dimana para pengelola wajib memberikan pertanggungjawaban atas semua tindakan dalam mengelola perusahaan kepada para pemangku kepentingan sebagai wujud kepercayaan yang diberikan kepadanya. Prinsip tanggungjawab ada konsekuensi logis dari kepercayaan dan wewenang yang diberikan oleh para pemangku kepentingan kepada para pengelola perusahaan.

e. Kemandirian

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

Komite Nasional Kebijakan *Governance* yang disingkat KNKG adalah komite yang menciptakan prinsip-prinsip bagi usaha dalam menerapkan GCG, dan berikut ini adalah lima asas yang tercantum di pedoman umum GCG (KNKG: 2006).

1. *Transparancy* (Transparansi)

Obyektivitas didalam bisnis harus tetap terjaga, salah satu caranya adalah dengan menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang diisyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)

Akuntabilitas yaitu perusahaan harus dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola dengan benar, terukur dan sesuai kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Definisi akuntabilitas secara singkat adalah tentang

kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjaaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.

3. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

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

4. *Independency* (Independensi)

Untuk melaksanakan GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. *Fairness* (kesetaraan)

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

2.1.3.4 Manfaat *Good Corporate Governance*

Penerapan *good corporate governance* di perusahaan memiliki andil yang besar dan manfaat yang bisa membuat perubahan positif bagi perusahaan baik kalangan investor, pemerintah maupun masyarakat umum. Penerapan *good corporate governance* pada hakikatnya merupakan suatu bentuk *change management* yang signifikan di perusahaan.

Manfaat *good corporate governance* menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI, 2001) adalah:

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *stakeholders*.
2. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat meningkatkan *corporate value*.
3. Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia.
4. Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *shareholders value* dan deviden.

Sedangkan menurut *Indonesia Institute for Corporate Governance IICG* (2009:40), keuntungan yang bisa diambil oleh perusahaan apabila menerapkan konsep *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

1. “Meminimalkan *agency cost*
2. Meminimalkan *cost of capital*
3. Meningkatkan nilai saham perusahaan
4. Mengangkat citra perusahaan”.

Dari kutipan diatas dapat dijelaskan keuntungan yang bisa diambil oleh perusahaan apabila menerapkan konsep *good corporate governance* sebagai berikut:

1. Meminimalkan *agency cost*

Selama ini para pemegang saham harus menanggung biaya yang timbul akibat dari pendelegasian wewenang kepada manajemen. Biaya-biaya ini bisa berupa kerugian karena manajemen menggunakan sumber daya perusahaan untuk kepentingan pribadi maupun berupa biaya pengawasan yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mencegah terjadinya hal tersebut.

2. Meminimalkan *cost of capital*

Perusahaan yang baik dan sehat akan menciptakan suatu referensi positif bagi kreditur. Kondisi ini sangat berperan dalam meminimalkan biaya modal yang harus ditanggung bila perusahaan akan mengajukan pinjaman, selain itu dapat memperkuat kinerja keuangan juga akan membuat produk perusahaan menjadi lebih kompetitif.

3. Meningkatkan nilai saham perusahaan

Suatu perusahaan yang dikelola secara baik dan dalam kondisi sehat akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya. Sebuah survey yang dilakukan oleh Russel Reynolds Associates (1977) mengungkapkan bahwa kualitas dewan komisaris adalah salah satu faktor utama yang dinilai oleh investor institusional sebelum mereka memutuskan untuk membeli saham perusahaan tersebut.

4. Mengangkat citra perusahaan

Citra perusahaan merupakan faktor penting yang sangat erat kaitannya dengan kinerja dan keberadaan perusahaan tersebut dimata masyarakat

dan khususnya para investor. Citra (*image*) suatu perusahaan kadangkala akan menelan biaya yang sangat besar dibandingkan dengan keuntungan perusahaan itu sendiri, guna memperbaiki citra tersebut.

Manfaat dari penerapan *good corporate governance* tentunya sangat berpengaruh bagi perusahaan, dimana manfaat *good corporate governance* ini bukan hanya saat ini tetapi juga dalam jangka panjang. Selain bermanfaat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat terutama bagi para investor.

2.1.3.5 Tujuan *Good Corporate Governance*

Tujuan penerapan *Good Corporate Governance (GCG)* pada BUMN berlandaskan Keputusan Menteri BUMN Nomor 117/M-MBU/2002 pasal 4 adalah :

- a) Memaksimalkan BUMN dengan cara meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, dapat dipercaya, bertanggungjawab, dan adil agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional.
- b) Mendorong pengelolaan BUMN secara profesional, transparan dan efisien, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian organ.
- c) Mendorong agar organ dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundangan-undangan yang berlaku serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial BUMN terhadap *stakeholders* maupun kelestarian lingkungan disekitar BUMN.
- d) Meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional.
- e) Meningkatkan iklim investasi nasional.
- f) Menyukkseskan program privatisasi BUMN

Tujuan lain dari *Good Corporate Governance* adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Secara teoritis, praktik *corporate governance* dapat meningkatkan nilai (*valuation*) perusahaan dengan meningkatkan kinerja keuangan mereka, mengurangi risiko yang mungkin

dilakukan oleh dewan dengan keputusan-keputusan yang menguntungkan diri sendiri, dan umumnya *corporate governance* dapat meningkatkan kepercayaan investor (Emrinaldi, 2007).

2.1.4 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep yang tengah berkembang secara global dan penerapannya telah menambah ke semua sektor industry. Perusahaan yang mengadopsi dan menjalankan *Corporate Social Responsibility* dewasa ini telah mendapatkan perhatian dari kalangan kreditor (secara khusus perbankan) dan kalangan investor (secara khusus pasar modal). Dilain pihak, perusahaan-perusahaan yang selama ini melakukan pertanggungjawaban social relatif tidak bertanggung operasionalnya, meski dalam situasi yang amat buruk.

2.1.4.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan kuntungan sosial dari hubungannya dengan komuitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*). Bambang dan Melia (2013:1).

Menurut Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3, 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.

Menurut (Prastowo dan Huda 2011:17):

“CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk ‘membersihkan’ keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.”

Definisi menurut ISO 26000 dalam (Prastowo dan Huda 2011) adalah:

“Responsibility of organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship.” .

Sementara itu, Menurut Nor Hadi, (2011:48) pengertian CSR adalah :

“CSR merupakan suatu satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikutan keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.”

Dari berbagai macam definisi di atas, dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan dalam menaati peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

2.1.4.2 Sejarah *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility yang kini marak diimplementasikan banyak perusahaan, mengalami evolusi dan metamorposisi dalam rentang waktu yang cukup panjang. Konsep ini tidak lahir begitu saja. Ada beberapa tahapan sebelum gemanya lebih terasa.

Tanggungjawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Nor Hadi (2014:48).

Sesuai dengan metaanalisis dan memperhitungkan karakter dekadanya, perusahaan *social Responsibility* di *breakdown* menjadi tiga periode, yaitu :

- a. Perkembangan awal *Social Responsibility* tahun 1950 - 1960-an

Gema tanggung jawab sosial (*social Responsibility*) dimulai sejak tahun 1960-an saat dimana secara global, masyarakat dunia baru pulih dari *exceed* perang dunia I dan II, serta mulai menapaki jalan menuju kesejahteraan. Howard R Bowen melalui karyanya yang berjudul “ *social responsibilities of the business*”. terdapat dua karakter *social Responsibility*, yaitu:

1. Bentuk *social Responsibility* belum seperti yang kita kenal sekarang ini, mengingat buku itu ditulis pada saat dunia bisnis belum mengenal bentuk korporasi sebagaimana kita pahami sekarang ini. Korporasi sekarang ini sudah sedemikian maju, dengan berbagai implikasi yang mengitari dan dukungan perkembangan ilmu pengetahuan dan transformasi informasi yang sudah lintas batas.

2. Konteks *social Responsibility* saat itu masih bias gender, mengingat pelaku bisnis dan menejer amerika saat itu (negara *icon* industrialisasi dunia) masih didominasi kaum pria. Sehingga pada saat itu dimensi *social Responsibility* terhadap kaum minoritas (kaum wanita) belum begitu tampak. *Social Responsibility* masih diwarnai (dominasi) dengan kegiatan karikatif jangka pendek, dan merupakan sikap murah hati kaum pemodal. Nor Hadi (2014:49)

b. Perkembangan pertengahan era tahun 1970-1980

Lester Thurow menulis pemikiran tentang korporasi yang lebih manusiawi muncul dalam "*The Future Capitalism*" yang dikutip oleh Nor Hadi, bahwa kapitalis (yang menjadi *mainstream* ekonomi selama ini) tak hanya berkatat pada persoalan ekonomi (*economic rasional*), namun juga memasukkan unsur sosial lingkungan (*social perspective*) sebagai *basis suistainable* perusahaan dimata *society*.

c. Perkembangan *social Responsibility* era tahun 1990-an hingga sekarang

Dasawarsa 1990-an adalah periode praktek *social Responsibility* yang diwarnai dengan beragam pendekatan, seperti: pendekatan integral, pendekatan

stakeholder maupun pendekatan *civil society*. Ragam pendekatan tersebut telah mempengaruhi peran pemberdayaan. *Community development* akhirnya menjadi satu aktivitas yang lintas sektor karena mencakup baik aktifitas produktif maupun sosial dengan lintas pelaku sebagai konsekuensi keterlibatan berbagai pihak. Pendekatan ini telah mengena dalam banyak dimensi, sampai pada *level grass rooth*. Nor Hadi (2014:57).

Satu terobosan besar perkembangan gemas tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang terkenal dengan “*The Tripple Botton Line*” yang dimuat dalam buku “*Canibalts With Forks, The Tripple Botton Line Of Twentieth Century Business*”. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan cuma profit yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep *trippel botton line* merupakan kelanjutan dari konsep *sustainable development* yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggungjawab, baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder*.

Profit, merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan *mainstream* ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, profit merupakan orientas utama perusahaan.

People, merupakan lingkungan masyarakat atau (*community*) dimana perusahaan berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian *community* memiliki interelasi dengan kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan.

Planet, merupakan lingkungan fisik (sumber daya fisik) perusahaan, lingkungan fisik merupakan signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat.

2.1.4.3 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Ranah tanggung jawab sosial (*social Responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab (*social Responsibility*) juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial (*social Responsibility*).

Menurut Crowther David yang dikutip oleh Nor Hadi mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social Responsibility*) menjadi tiga, yaitu (1) *sustainability*, (2) *accountability*, (3) *transparency*.

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*actio*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya 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 bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan atas aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap internal dan eksternal.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Menurut Crowther David yang dikutip oleh Nor Hadi menyatakan bahwa transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai pihak dari lingkungan. Nor Hadi (2014:59)

Indeks pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative), yaitu sebagai berikut:

- a. Ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan system ekonomi pada tingkat local, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan:

1. Arus modal di antara berbagai pemangku kepentingan; dan
2. Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutan. Akan tetapi, informasi ini biasanya sudah dilaporkan dalam laporan keuangan.

b. Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energy, air) dan output (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa.

c. Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi telah berdampak di dalam system sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk

d. Tenaga Kerja

Dimensi tenaga kerja menggambarkan pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja, mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja, mengungkapkan persentase gaji untuk pensiun,

mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan, mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan, mengungkapkan tingkat manajerial yang ada, masa kerja tenaga kerja dan kelompok usia tenaga kerja.

e. Hak Asasi Manusia

Dimensi hak asasi manusia setidaknya menggambarkan minimalisasi polusi, iritasi atau resiko dalam lingkungan kerja, mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental, mengungkapkan statistik kecelakaan kerja, mentaati standar kesehatan dan keselamatan kerja, menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja, menetapkan suatu komite keselamatan kerja.

f. Produk

Dimensi produk memiliki kriteria, pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, pengungkapan informasi proyek riset, membuat produk lebih aman untuk konsumen, melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan, pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk, pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial

mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

Pengukuran *content analysis* dilakukan dengan cara checklist menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

CSRI_j : Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

N_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j < 79, sesuai dengan jumlah item pengungkapan dalam GRI

X_{ij} : dummy variabel: 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item I tidak diungkapkan.

2.1.4.4 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Dalam bisnis apapun yang diharapkan adalah keberlanjutan dan kesetabilan usaha, karena keberlanjutan akan mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Menurut Rahmatullah (2011:6) Setidaknya terdapat tiga alasan penting

mengapa kalangan dunia usaha harus merespon CSR agar sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional perusahaan.

Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan masyarakatnya. Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang terkadang bersifat ekspansif dan eksploratif. Di samping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.

Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Wajar bila perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan forma perusahaan.

Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk merendam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

2.1.4.5 Manfaat Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

Aktivitas CSR memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen resiko 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 Ujang Rusdianto (2013:12), manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- a. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan
- b. Meningkatkan citra perusahaan
- c. Mengurangi resiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan
- e. Mempertahankan posisi merek perusahaan
- f. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas
- g. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal
- h. Meningkatkan pengembalian keputusan terhadap modal (*capital*)
- i. Meningkatkan pengembalian keputusan pada hal-hal yang kritis
- j. Memperoleh pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

Menurut Rahmat Rahmatullah (2012) Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, diantaranya:

- 1) Bagi perusahaan. Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan

pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*),

- 2) Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan mengharagai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut,
- 3) Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya,
- 4) Bagi negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut "*corporate misconduct*" atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Rika dan Islahuddin (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai pasar perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer ataupun komisaris.

Nilai perusahaan secara konsep dapat dijelaskan oleh nilai yang ditentukan oleh harga saham yang diperjual belikan di pasar modal (Harmono, 2011:110)

Terdapat beberapa pengertian mengenai nilai perusahaan, yaitu:

Pengertian nilai perusahaan menurut Kamaludin (2011:4):

“Nilai perusahaan adalah sama dengan harga saham, yaitu apabila jumlah lembar saham dikalikan dengan nilai pasar (market value) per lembar ditambah dengan nilai pasar hutang, maka setiap peningkatan harga saham dengan sendirinya akan meningkatkan nilai perusahaan.”

Nilai perusahaan menurut Kusumajaya (2011:20) merupakan:

“Nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang, dengan demikian penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan”.

Samuel (2000) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar

menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2005) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli dari perusahaan tersebut dijual.

Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgment*. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu : nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah : a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba; b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; d) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva; e) pendekatan harga saham; f) pendekatan *economic value added* (Suharli, 2006).

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Gapensi, 1996 dalam Wahidahwati, 2002).

Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian suatu perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah

ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. (Martono dan Harjito, 2010:3). Tujuan pokok yang ingin dicapai perusahaan adalah memaksimumkan nilai perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidawati, 2002). Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi dan Pawestri, 2006) . Menurut Van Horne (dikutip Diyah dan Erman, 2009) “*Value is respresented by the market price of the company’s commom stock which in turn, is afunction of firm’s investement, financing and dividend decision.*” Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral di semua pelaku pasar, harga pasar saham merupakan barometer kinerja perusahaan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, nilai perusahaan adalah nilai yang diterima atas investasi, biasanya dalam bentuk kas, yang diharapkan memberikan hasil bagi para pemilik modal.

2.1.5.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dikatakan secara riil karena terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para penjual (emiten) dan para investor, atau sering disebut sebagai ekuilibrium pasar. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal, harga saham di pasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan (Harmono, 2011:50).

Pengukuran Nilai Perusahaan Menurut Weston dan Copelan (2004) dalam rasio penilaian perusahaan terdiri dari :

1) *Price Book Value*

Price Book Value dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham. *Price book value* juga berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadianto, 2001:68 dalam Ayuningtias dan Kurnia, 2013). Harga saham yang *undervalued* dapat berarti ada sesuatu yang mendasar yang keliru dalam suatu perusahaan. Sebaliknya, makin tinggi *price book value* berarti pasar percaya akan prospek perusahaan.

Price book value dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price To Book Value Ratio} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{nilai buku}}$$

Menurut Kusumajaya (2011:35), *price book value* mempunyai beberapa keunggulan, yaitu:

- a. Nilai buku mempunyai ukuran intuitif yang relatif stabil yang dapat diperbandingkan dengan harga pasar. Investor yang kurang percaya dengan metode *discounted cash flow* dapat menggunakan *price book value* sebagai perbandingan.
- b. Nilai buku memberikan standar akuntansi yang konsisten untuk semua perusahaan. *Price book value* dapat diperbandingkan antara perusahaan- perusahaan yang sama sebagai petunjuk adanya *under* atau *overvaluation*.
- c. Perusahaan-perusahaan dengan *earning* negatif, yang tidak bisa dinilai dengan menggunakan *price earning ratio* (PER) dapat dievaluasi menggunakan *price book value ratio* (PBV).

2) *Price Earning Ratio*

Menurut Hanafi (2012) PER adalah perbandingan antara harga pasar perusahaan dengan *earnings per share* dalam saham. PER melihat seberapa jauh tujuan kemakmuran pemegang saham tercapai. Perusahaan yang diharapkan tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tinggi (yang berarti mempunyai prospek yang baik), biasanya mempunyai PER yang tinggi. Sebaliknya, perusahaan yang diharapkan mempunyai pertumbuhan yang

rendah, akan mempunyai PER yang rendah juga. Secara umum, semakin tinggi angka PER semakin baik. PER dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham Perlembar Saham}}{\text{Laba Perlembar Saham}}$$

3) *Tobin's Q*

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston dan Copeland, 2004). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi incremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

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

Dimana :

Q : nilai perusahaan

EMV : nilai pasar ekuitas

EBV : nilai buku dari total aktiva

D : nilai buku dari total hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (closing Price) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun. EVB diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan total kewajibannya.

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. PBV dapat menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

PBV merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan, maka akan menjadi daya tarik bagi investor untuk membelinya, sehingga permintaan saham tersebut akan naik dan meningkatkan harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Selain itu, Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal/murahnya suatu saham. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu menghasilkan kesimpulan mengenai pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya dapat dipakai sebagai bahan masukan serta pengkajian yang terkait dengan penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	persamaan	perbedaan
1	Suklimah Ratih (2011)	Pengaruh <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening pada perusahaan peraih <i>The Indonesia Most Trusted Company-CGPI</i>	Menunjukkan bahwa pengaruh langsung variabel bebas CGPI (x) terhadap kedua variabel intervening dengan analisis path dapat disimpulkan bahwa tidak ada satu hipotesis pun yang terbukti kebenarannya . Sedangkan GCG dengan proksi CGPI yang terbukti tidak berpengaruh terhadap NPM serta GCG dengan proksi CGPI terbukti tidak berpengaruh terhadap ROA	Sama-sama meneliti tentang GCG dan nilai perusahaan	Variabel yang di gunakan berbeda yaitu dalam penelitian Suklimah Ratih menggunakan variabel kinerja keuangan
2	Wilsna Rapilu (2011)	Pengaruh Mekanisme Corporate Governance terhadap kualitas laba dan nilai perusahaan	Dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan	Sama- sama meneliti tentang GCG dan nilai perusahaan	Variabel y nya berbeda pada penelitian wilsna menggunakan 2 variabel y,

		pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia	manajerial berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.		dan perusahaan yang diteliti berbeda dengan yang penulis teliti
3	Susanto (2013)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia	Komisaris Independen dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Komite audit, CSR dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Sama-sama meneliti tentang GCG, CSR dan nilai perusahaan	Dalam penelitian susanto, menggunakan mekanisme gcg, sedangkan dalam penelitian ini hanya diprosikan 2 dari mekanisme gcg yang ada yaitu kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial.
4	Widyanti (2013)	Analisis pengaruh Kinerja Keuangan,	Kinerja keuangan (ROE) berpengaruh	Sama-sama meneliti mengenai GCG, CSR	Dalam penelitian ini, tidak menggunakan

		Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan	positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	dan nilai perusahaan	an variabel kinerja keuangan
5	Freshilia dan Rusiti (2014)	Pengaruh kepemilikan manajerial dan kepemilikan insitusal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI	Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Sama-sama meneliti tentang mekanisme GCG, dan nilai perusahaan.	Perbedaan variabel yaitu dalam penelitian Freshilia dan Rusiti tidak menggunakan variabel CSR

2.2 Kerangka Pemikiran

Good Corporate Governance merupakan sistem yang terarah dalam mengatur dan mengendalikan perusahaan agar setiap elemen perusahaan bekerja untuk mewujudkan tujuan perusahaan. “*corporate governance* adalah sekumpulan hubungan antara pihak manajemen perusahaan, *board of director*, dan pihak lain yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan” (*organization for economic cooperation and development* dalam djanegara, 2008:8). Penerapan GCG berfungsi sebagai pengatur hubungan-hubungan antara pemegang saham (*principal*) dan manajer (*agent*) dan pihak-pihak berkepentingan lainnya untuk mencegah terjadinya konflik kepentingan. GCG mengupayakan pencegahan dini atas kesalahan-kesalahan signifikan yang terjadi dalam mengimplementasikan strategi perusahaan dan upaya perbaikannya. GCG merupakan suatu alat untuk mengawasi pengelolaan manajer bahwa mereka bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan.

Tjager (2003) dalam Lastanti (2004) menyatakan bahwa secara teoritis praktek *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan diantaranya meningkatkan kinerja keuangan, mengurangi resiko yang merugikan akibat tindakan pengelola yang cenderung menguntungkan diri sendiri dan umumnya *Corporate Governance* dapat meningkatkan kepercayaan investor.

Selain GCG, Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Rika nurlela dan islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan

dinilai baik oleh investor. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang.

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 perannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukannya. Makin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin 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. Hal ini sesuai dengan pernyataan Fonbrun dan Shanley (1990) dikutip dari Ioannou dan Serafeim (2010) yang menyatakan bahwa dalam teori *stakeholder*, strategi *Corporate Social Responsibility* akan mengarahkan pada kinerja yang lebih baik melalui perlindungan dan peningkatan reputasi dan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur nilai perusahaan perlu dikaitkan antara organisasi perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban. Dalam melihat organisasi perusahaan dapat diketahui besarnya tanggungjawab manajer yang diwujudkan dalam bentuk prestasi kinerja keuangan.

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar. (Sri Rahayu: 2010)

2.2.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Good Corporate Governance merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Mekanisme *Corporate Governance* yang baik akan memberikan perlindungan kepada para pemegang saham dan kreditur untuk memperoleh kembali atas investasi dengan wajar, tepat dan seefisien mungkin, serta memastikan bahwa manajemen bertindak sebaik yang dilakukannya untuk kepentingan perusahaan. Dengan demikian, penerapan *Good Corporate Governance* dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Terdapatnya hubungan antara GCG dengan nilai perusahaan dapat dilihat dari pernyataan *institute of corporate governance* (IICG, 2006) sebagaimana yang diadopsi dari *Cadbury Committee of united Kingdom* , sebagai berikut: “*the objective of corporate governance is to create added value to the stakeholder*” (Suklimah, 2011:19).

Keberhasilan *Good Corporate Governance* dipengaruhi oleh banyak faktor, yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu faktor makro (regulasi dan kondisi Negara) dan faktor mikro (mekanisme *corporate governance*)

di dalam perusahaan dari sudut pandang internal perusahaan, maka keberhasilan *Corporate Governance* dipengaruhi oleh proporsi kepemilikan saham, proporsi dewan direksi dan komisaris (*Board of Directors*) dan peran komite audit dalam mekanisme *Corporate Governance*.

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 berurutan dari bursa sehingga menimbulkan tekanan berat pada indeks harga saham di bursa. Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan salah satu upaya untuk memulihkan kepercayaan investor. Menurut Sukrisno Agoes (2011:77)

Menurut Reny Dyah Retno (2012) menyatakan bahwa : “penerapan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat implementasi *Good Corporate Governance* (GCG) semakin tinggi nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan tingginya harga saham perusahaan”.

Pelaksanaan *good corporate governance* yang baik dan sesuai dengan peraturan yang berlaku, akan membuat investor memberikan respon positif terhadap kinerja perusahaan, bahwa dana yang diinvestasikan dalam perusahaan yang bersangkutan akan dikelola dengan baik dan kepentingan investor publik akan aman. Kepercayaan investor publik pada manajemen perusahaan memberikan manfaat kepada perusahaan dalam bentuk pengurangan *cost of capital* (biaya modal).

Kinerja perusahaan yang baik dengan biaya modal yang rendah akan mendorong para investor melakukan investasi di perusahaan tersebut. Banyaknya investor yang tertarik akan meningkatkan permintaan investasi, sehingga harga saham perusahaan akan meningkat yang merupakan rantai pertumbuhan perusahaan dan meningkatkan kemakmuran *stakeholders* yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan tanggungjawab sosial oleh perusahaan diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ball dan Brown: 1968, menyatakan bahwa perubahan harga saham bergerak sesuai dengan ekspektasi investor, sehingga akan mempengaruhi tingkah laku investor dalam mengambil keputusan. Nilai informasi yang diungkapkan tersebut antara lain adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan tingkah laku investor merupakan respon investor terhadap pengumuman laporan tahunan perusahaan. Penelitian yang mengkaitkan antara pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan diungkapkan oleh Rustiarini (2010), Murwaningsari (2009) dan Andayani (2008) yang mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena

keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Rika dan Islahuddin, 2008).

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk pertanggungjawaban yang berupa informasi yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan atas kegiatan operasi perusahaan tersebut kepada masyarakat. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin 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

Penelitian Rustiarini (2010), menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Kusumadilaga (2010), mengatakan bahwa dengan pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Jo dan Harjoto (2007), juga menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia menyatakan bahwa salah satu tujuan pelaksanaan *Corporate Governance* adalah mendorong

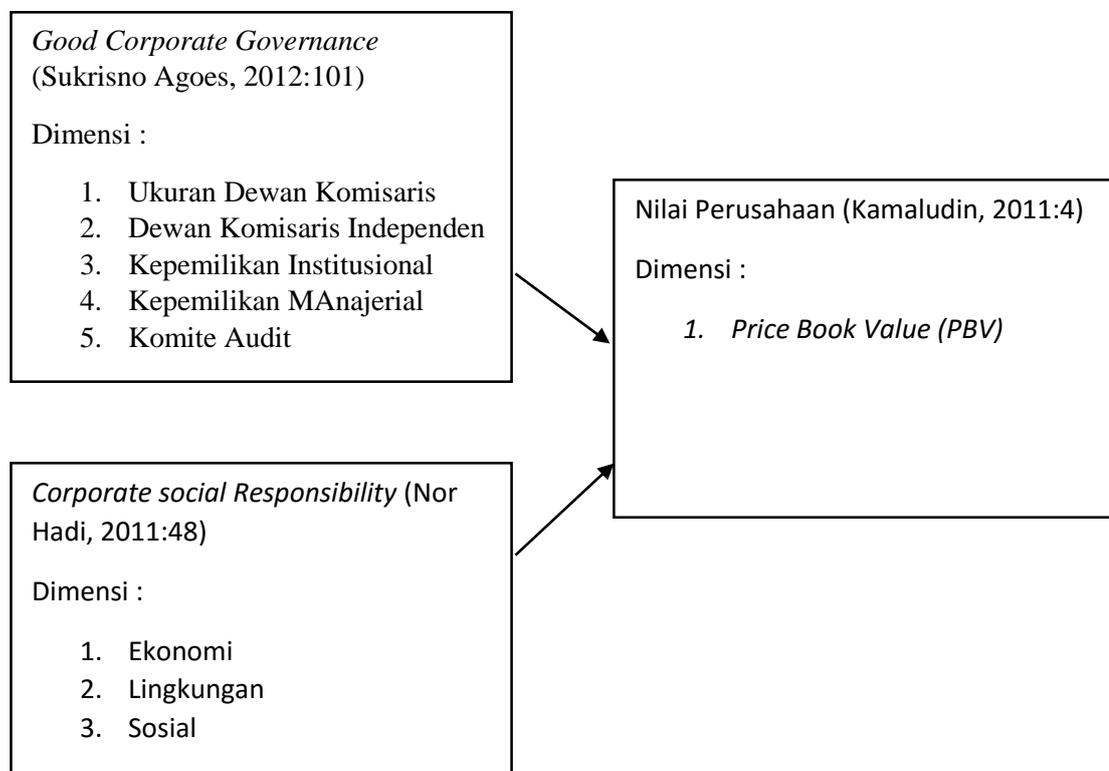
timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sektor perusahaan sehingga terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Implementasi CSR juga merupakan salah satu pelaksanaan prinsip *Corporate Governance*. Perusahaan yang telah melaksanakan *Corporate Governance* dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas *Corporate Social Responsibility* sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial. Penganut paham *Corporate Governance* lebih 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 utama perusahaan. Kedua kegiatan tersebut sama-sama bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan bagi pemegang saham namun memperhatikan pemangku kepentingan lainnya (Zarkasyi, 2008 dalam rahmaawati, 2012).

Kegiatan CSR merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap apa yang ditawarkan perusahaan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat.

Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan sejumlah kebijakan untuk menuntun 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.

Kerangka pemikiran diatas disederhakan dalam Diagram 2.1 berikut:



Gambar 2.1 kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan anggapan sementara yang perlu di uji benar atau tidak benarnya tentang dugaan dalam suatu riset dan memiliki mnfaat bagi proses riset agar efektif dan efisien (Sugiono, 2003). Dalam penelitian ini penulis merumuskan dugaan sementara dalam bentuk hipotesis. Adapun hipotesis tersebut adalah:

1. Terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan
2. Terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
3. Terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan secara simultan.

