

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Good Corporate Governance*

2.1.1.1 Pengertian *Good Corporate Governance*

Menurut *Forum for Corporate Governance* (FCGI) dalam publikasi pertamanya menggunakan definisi *Cadbury Committee* (2017:101) pengertian *Good Corporate Governance* yaitu:

“Seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajemen perusahaan, kreditor, pemangku kepentingan lainnya. Hal-hal internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan.”

Sedangkan menurut Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor KEP-117M-MBU/2002, pengertian *Good Corporate Governance* adalah:

“Suatu proses struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya.”

Menurut Bambang Rianto R (2017:294) definisi *Good Corporate Governance* sebagai berikut:

“*Good Corporate Governance* adalah serangkaian keterkaitan antara dewan komisaris, direksi, pihak-pihak yang berkepentingan, serta pemegang saham perusahaan. GCG menciptakan sebuah struktur yang membantu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha, memerhatikan kebutuhan stakeholder dan memastikan perusahaan beroperasi secara sehat, aman dan mematuhi perlindungan hukum.”

Menurut Alfinur (2016) definisi *Good Corporate Governance* adalah *Good Corporate Governance* merupakan salah satu upaya untuk membangun perusahaan yang kokoh dan berkelanjutan. Penerapan *Good Corporate Governance* diharapkan

dapat meningkatkan pengelolaan perusahaan yang lebih transparan kepada pemangku kepentingan. Penerapan *Good Corporate Governance* membutuhkan komitmen dari seluruh insan organisasi sebagai dasar kebijakan ketertiban yang harus ditaati dan diterapkan oleh manajemen puncak sebagai kode etik yang harus ditaati oleh semua pihak di dalam perusahaan.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* adalah suatu sistem yang mengatur atau mengendalikan serta mengawasi perusahaan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Perusahaan yang menerapkan *good corporate governance* diharapkan memiliki kinerja yang baik dan transparan sehingga meminimalisir terjadinya kecurangan atau konflik perbedaan kepentingan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan meningkatnya nilai perusahaan.

2.1.1.2 Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance*

Menurut Hediono dan Prasetyaningsih (2019) *Good Corporate Governance* akan berjalan baik dengan menerapkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Transparansi (Transparency)

Perusahaan harus terbuka mengenai informasi perusahaan maupun dalam pengambilan keputusan atau informasi tentang hal-hal materiil dan informasi yang relevan mengenai perusahaan kepada *stakeholders* maupun *shareholders*.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus memiliki kejelasan mencakup kejelasan struktur, sistem, fungsi, dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan lebih efektif.

3. Keadilan (*Fairness*)

Perlakuan yang adil dan setara dalam memenuhi hak para pemangku kepentingan (stakeholders) yang timbul berdasarkan perjanjian dan undang-undang yang berlaku.

4. Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Pertanggungjawaban perusahaan yang meliputi kesesuaian pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat dan peraturan-peraturan yang berlaku.

5. Kemandirian (*Independency*)

Perusahaan dmiliki kemampuan untuk mengambil keputusan. Setiap organ perusahaan akan melaksanakan tugasnya sesuai ketentuan perusahaan dan prinsip-prinsip dalam GCG.

Berdasarkan Surat Keputusan Nomor: KEP-117/M-MBU/2002 Tentang

Penerapan GCG perusahaan BUMN terdapat lima prinsip GCG di BUMN :

1. “Prinsip Keterbukaan (*Transparency*)

Keterbukaan dalam menjalankan proses pengambilan keputusan. Pengungkapan ini juga menyangkut pengungkapan materi dan informasi yang relevan tentang perusahaan.

2. Prinsip Akuntabilitas (*Accountability*)

Prinsip ini merupakan kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan dapat terlaksana dengan efektif.

3. Prinsip Tanggungjawab (*Responsibility*)
Prinsip ini merupakan kesesuaian dalam pengelolaan perusahaan dengan peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
4. Prinsip Kemandirian (*Independency*)
Prinsip ini merupakan kondisi dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun.
5. Prinsip Kewajaran (*Fairness*)
Prinsip keadilan dan persamaan dalam pemenuhan hak stakeholders yang muncul berdasarkan kesepakatan dan peraturan perundang-undangan.”
Prinsip-prinsip penerapan GCG dari beberapa sumber pada dasarnya

memiliki pokok pikiran yang sama yaitu perusahaan harus terbuka mengenai pengambilan keputusan atau informasi apapun, bertanggung jawab, memberikan kebebasan terhadap seluruh bagian perusahaan untuk memberikan masukan dan saran. Selain itu perusahaan juga dituntut untuk berlaku adil dan profesional tanpa benturan kepentingan pihak manapun sesuai dengan undang-undang atau peraturan yang berlaku. Perusahaan dengan penerapan GCG yang baik akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan seperti meningkatnya kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga nilai perusahaan juga meningkat.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Good Corporate Governance*

Menurut Hamdani (2016:25) penerapan GCG pada masing-masing negara sangat ditentukan oleh sistem ekonomi, hukum, struktur kepemilikan, sosial dan budaya. Berkaitan dengan sistem ekonomi, GCG tidak dapat dilaksanakan secara parsial, namun harus dilakukan bersama. Penerapan GCG sangat ditentukan oleh tiga pilar : negara pada perangkatnya sebagai regulator, dunia usaha sebagai pelaku pasar, dan masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha. Prinsip-prinsip dasar yang harus dilaksanakan oleh masing-masing pilar adalah :

1. Negara dan perangkatnya menciptakan peraturan perundang-undangan dan penegakan hukum secara konsisten. Peran negara sangat menentukan keberhasilan GCG. Oleh karenanya negara mempunyai peran strategis dalam mendorong terciptanya pemerintah yang bersih. Negara yang tidak menyelenggarakan prinsip-prinsip GCG akan memiliki kredibilitas yang rendah korupsi merajalela dan tidak terciptanya kepastian hukum.
2. Dunia usaha sebagai pelaku pasar menerapkan GCG sebagai pedoman dasar melakukan usaha.
3. Masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha serta pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan, menunjukkan kepedulian dan melakukan kontrol sosial secara objektif dan tanggung jawab.

2.1.1.4 Manfaat *Good Corporate Governance*

Menurut *Forum of Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), terdapat beberapa manfaat yang diperoleh yaitu:

1. “Meningkatkan kinerja perusahaan melalui penciptaan proses pengambilan keputusan yang lebih baik, dan meningkatkan kinerja perusahaan
 2. Mempermudah memperoleh dana pembiayaan yang lebih murah dan tidak kaku (karena faktor kepercayaan) yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan
 3. Mengembalikan kepercayaan investor untuk berinvestasi di Indonesia
 4. Pemegang saham akan puas dengan kinerja perusahaan karena pada saat yang sama akan meningkatkan nilai pemegang saham dan dividen.”
- Penerapan GCG yang efektif dalam perusahaan dapat memberikan berbagai

dampak positif salah satunya meningkatkan kinerja dan perekonomian perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga memperluas jangkauan bisnis perusahaan.

2.1.1.5 Tujuan *Good Corporate Governance*

Tujuan penerapan *Good Corporate Governance* terdapat pada Pasal 4 Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor: PER-01/MBU/2011 tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik pada BUMN, yaitu:

1. “Mengoptimalkan nilai BUMN agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik nasional maupun internasional, sehingga mampu melestarikan eksistensinya dan hidup secara berkelanjutan guna mencapai maksud dan tujuan BUMN.
2. Mendorong pengelolaan BUMN secara profesional, efisien dan efektif, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian Organ Persero/Perum Organ.
3. Mendorong Organ Persero/Perum Organ dalam pengambilan keputusan dan melaksanakan tindakan berdasarkan nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap perundang-undangan, serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial BUMN terhadap Stakeholder serta kelestarian lingkungan di sekitar BUMN.
4. Meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional.
5. Meningkatkan iklim yang kondusif bagi perkembangan investasi nasional.” Perusahaan yang menerapkan GCG dapat memberikan nilai tambah bagi

semua pihak yang berkepentingan. Apabila GCG mampu diterapkan dengan baik maka dapat meningkatkan keberhasilan usaha dan diharapkan BUMN yang tadinya tidak produktif dan cenderung bermasalah dapat kembali memperoleh keuntungan, citra positif dan kepercayaan dari masyarakat. Penerapan GCG sangat dibutuhkan untuk menumbuhkan tata kelola BUMN yang baik, sehingga diharapkan kinerja BUMN dapat mencapai titik maksimalnya.

2.1.1.6 Indikator Penilaian *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance dapat diukur dengan menggunakan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) yang dikembangkan oleh *Indonesian Institute of Corporate Governance* (IICG) yang bekerja sama dan diterbitkan oleh majalah SWA. Program CGPI adalah program rutin tahunan yang dilaksanakan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) melalui perancangan riset yang mendorong perusahaan meningkatkan kualitas penerapan GCG dengan melaksanakan evaluasi dan *benchmarking* sebagai upaya perbaikan yang berkesinambungan. Kepesertaan CGPI bersifat sukarela dan melibatkan peran aktif perusahaan bersama seluruh *stakeholders* dalam memenuhi tahapan pelaksanaan CGPI (CGPI, 2019).

Dalam penelitian ini *Good Corporate Governance* (GCG) diukur dengan menggunakan skor GCG melalui tahapan dan penilaian bobot CGPI 2019. Tahapan penilaian GCG adalah sebagai berikut:

1. *Self Assessment*, merupakan penilaian mandiri oleh seluruh organ, anggota, dan *stakeholders* perusahaan mengenai kualitas penerapan GCG di perusahaan. Pada tahapan *self assessment* perusahaan menetapkan responden sesuai yang dipersyaratkan untuk mengisi kuesioner dengan memberikan persepsinya secara jujur dan objektif guna memberikan umpan balik dan evaluasi yang baik kepada perusahaan.

2. Sistem Dokumentasi

Tahapan berikutnya dilakukan melalui penilaian dokumen perusahaan. CGPI 2019 mempersyaratkan sebanyak 27 jenis dokumen dan informasi

data perusahaan. Penilaian sumber dokumentasi bersumber dari pemenuhan berikut:

a. Kelengkapan sistem dokumentasi

Pemenuhan kelengkapan dokumen bukti implementasi dilakukan oleh internal perusahaan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang dipersyaratkan, kemudian dilakukan klarifikasi dan analisis penilaian oleh tim penilai dikantor perusahaan masing-masing.

b. Pengisian data perusahaan

Pengisian data ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari penilaian sistem dokumentasi. Data isian berisi informasi-informasi umum yang diisi dengan jelas dan benar oleh internal perusahaan.

3. Tahapan Observasi

Tahap observasi dilakukan melalui klarifikasi instrumen penilaian dengan paparan eksekutif dan diskutif aktif antara tim penilai dengan organ perusahaan, dan memastikan bahwa perusahaan telah menerapkan GCG sesuai dengan aspek indikator dan penilaian. Paparan eksekutif dibawakan oleh salah satu anggota organ perusahaan. Diskusi tanya jawab melibatkan direksi, dewan komisaris dan manajemen perusahaan dengan tim observer CGPI.

Setelah dilakukan tahap penilaian, selanjutnya dilakukan pembobotan penilaian CGPI untuk mendapatkan tingkat kepentingan dan hubungan antar aspek, lingkup dan fokus penilaian CGPI. Pembobotan dilakukan agar didapatkan penilaian

tingkat kepentingan yang diberikan oleh panel ahli. Berikut merupakan indikator dalam melakukan pembobotan penilaian CGPI 2019:

Tabel 2.1
Aspek Penilaian CGPI 2019

| No | Aspek | Indikator |
|----|---|---|
| 1. | Aspek Struktur Governansi (<i>Governance Structure</i>) yaitu penilaian terhadap kelengkapan struktur dan infrastruktur perusahaan dalam mengelola perubahan yang berdasarkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik. | Pemegang Saham Dewan Komisaris Direksi Organ Pendukung Dewan Komisaris Organ Pendukung Direksi Manajemen Fungsional Perencanaan Perusahaan |
| 2. | Aspek Proses Governansi (<i>Governance Process</i>) yaitu penilaian terhadap efektivitas sistem dan mekanisme dalam mengelola perubahan yang berdasarkan pada prinsip tata kelola perusahaan yang baik. | Governansi Pemenuhan Hak Pemegang Saham dan RUPS Governansi Dewan Komisaris dan Direksi Governansi Prilaku Keorganisasian Governansi Pengawasan Internal dan Eksternal Governansi Pengungkapan Keterbukaan Informasi Governansi Pengelolaan Risiko dan Kepatuhan Governansi Faktor Keunggulan Governansi Perencanaan Strategik |
| 3. | Aspek Hasil Governansi (<i>Governance Outcome</i>) yaitu penilaian terhadap kualitas luaran, hasil, dampak dan manfaat dari mengelola perubahan berdasarkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik. | Luaran Tata Kelola Perusahaan (<i>Output</i>) Kualitas Hasil Tata Kelola Perusahaan (<i>Outcome</i>) Dampak Luaran Tata Kelola Perusahaan (<i>Impact</i>) Kualitas Manfaat Tata Kelola Perusahaan (<i>Benefit</i>) |

Sumber: CGPI (2019)

Adapun bobot nilai untuk menilai *Good Corporate Governance* yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2

Bobot Nilai CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) 2019

| No. | Indikator | Bobot (%) |
|-----|---------------------|-----------|
| 1 | Struktur Governansi | 27,10 % |
| 2 | Proses Governansi | 36, 31 % |
| 3 | Hasil Governansi | 36,59 % |

Sumber: CGPI (2019)

Setelah melakukan pembobotan untuk setiap aspek, CGPI akan melakukan pemeringkatan atau skor untuk setiap perusahaan. Berikut merupakan skor pemeringkatan CGPI 2019:

Tabel 2.3

Skor Pemeringkatan CGPI (*Corporate Governance Perception Index*)

| No | Predikat | Skor |
|----|-------------------|---------------|
| 1 | Sangat Terpercaya | 85,00 – 100 |
| 2 | Terpercaya | 70,00 – 84,99 |
| 3 | Cukup Terpercaya | 55,00- 69,99 |

Sumber: CGPI (2019)

2.1.2 *Corporate Social Responsibility*

2.1.2.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility menyangkut hubungan tanggung jawab perusahaan dengan masyarakat sekitar. Menurut Leni Y (2019) *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab operasi bisnis atau perusahaan yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan untuk pembangunan lingkungan sosial ekonomi. CSR

merupakan suatu bentuk perwujudan dari komitmen yang dimiliki oleh perusahaan dalam rangka mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa keberadaan perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat (Iwan K :2019).

Sedangkan menurut Lela Nurlela (2019:11) pengertian CSR adalah sebagai berikut:

“CSR merupakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.”

Menurut Hamdani (2016:174) definisi CSR adalah tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para stakeholdernya, terutama komunitas atau masyarakat sekitar wilayah kerja dan operasinya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk kepedulian atau tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar yang diwujudkan dengan perilaku yang transparan, etis dan sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat atau pasar sehingga perusahaan mendapatkan nilai tambah yang memberikan manfaat bagi para stakeholder.

2.1.2.2 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut Lina Maulidiana (2018:10) prinsip *Corporate Social Responsibility* yaitu sebagai berikut:

1. *Sustainability*
Berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan kegiatan (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan.
2. *Accountability*
Upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas kegiatan yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.
3. *Transparancy*
Prinsip penting bagi pihak eksternal. Transaksi bersinggungan dengan pelaporan kegiatan perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.”

2.1.2.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Manfaat memiliki arti berguna atau berfaedah bagi individu itu sendiri maupun bagi orang lain untuk apa yang dilakukannya. Dalam hal ini manfaat CSR juga sama, bagaimana keberadaan perusahaan dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar, bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi pemerintah. Menurut Bungaran Antonius (2017:96) manfaat kegiatan CSR secara umum dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan dapat mengimplementasikan melalui tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*).

Adapun manfaat penerapan CSR menurut Imam Syairozi (2019:15), adalah:

1. Manfaat Bagi Masyarakat

Dapat meningkatkan berbagai sektor seperti diadakannya pendidikan yang layak dan berkualitas bagi masyarakat, sektor ketenagakerjaan seperti meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat luas.

2. Manfaat Bagi Pemerintah

Aktivitas CSR berhubungan dengan masalah yang ada diberbagai daerah. Seperti pendidikan, kurangnya akses kesehatan, pembangunan fasilitas umum bagi orang banyak, dsb. Dengan adanya kerjasama dari adanya kebijakan pemerintah dengan perusahaan atau organisasi yang menerapkan CSR banyak masyarakat yang terbantu akan adanya pelaksanaan CSR disekitar mereka.

Berkaitan dengan hal tersebut pengalaman menunjukkan bahwa keberadaan perusahaan melalui kegiatan CSR cukup banyak memberikan kontribusi kepada masyarakat, pemerintah serta perusahaan.

2.1.2.4 Faktor-Faktor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Herawati dan Alma (2019) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*-nya yaitu:

1. Dorongan kesadaran kewajiban moral perusahaan untuk memberikan kembali sesuatu yang bermanfaat kepada lingkungan di sekitarnya.
2. Permintaan karyawan, keinginan pemerintah, budaya organisasi serta permintaan pelanggan.
3. Untuk memperkuat kepercayaan masyarakat pada perusahaan.
4. Untuk mempertahankan investor yang berinvestasi dan tidak menutup kemungkinan semakin banyak investor tertarik sehingga dana yang dibutuhkan perusahaan akan cukup untuk pembangunan perusahaan.
5. Untuk mengurangi tingkat korupsi didalam perusahaan.

6. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

2.1.2.5 Global Reporting Initiatives (GRI)

Standar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar GRI dipilih karena fokus pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas sustainability report (www.globalreporting.org).

Penelitian ini menggunakan *GRI-Standards* sebagai indikator untuk mengukur pengungkapan CSR. *GRI-Standards* merupakan standar terbaru yang diterbitkan GRI pada akhir tahun 2016 untuk menggantikan GRI G4. *GRI-Standards* 2016 terdiri dari beberapa modul, yaitu pengungkapan umum (GRI 102) terdiri dari 33 item pengungkapan, pendekatan pengelolaan (GRI 103) terdiri dari 3 item pengungkapan, ekonomi (GRI 200) terdiri dari 13 item pengungkapan, lingkungan (GRI 300) terdiri dari 30 item pengungkapan, dan sosial (GRI 400) terdiri dari 34 item pengungkapan, sehingga total 113 item (*GRI Standards*, 2016).

Berikut adalah item-item yang merupakan bagian dari indikator pengungkapan *corporate social responsibility* :

Tabel 2.4

Indikator Pengungkapan GRI Standards 2016

| Kategori | Kode | Indikator |
|------------------------------------|--------------|----------------------------------|
| GRI 102 (Pengungkapan Umum) | | |
| Profil Organisasi | 102-1 (G4-3) | Nama Organisasi |
| | 102-2 (G4-4) | Kegiatan, Merek, Produk dan Jasa |

| | | |
|-----------------------------------|-------------------|--|
| | 102-3 (G4-5) | Lokasi Kantor Pusat |
| | 102-4 (G4-6) | Lokasi Operasi |
| | 102-5 (G4-7) | Kepemilikan dan bentuk hukum |
| | 102-6 (G4-8) | Pasar yang dilayani |
| | 102-7 (G4-9) | Skala Organisasi |
| | 102-8 (G4-10) | Informasi mengenai karyawan dan pekerja lain |
| | 102-9 (G4-11) | Rantai Pasokan |
| | 102-10 (G4-12) | Perubahan signifikan pada organisasi dan rantai pasokannya |
| | 102-11 (G4-13) | Pendekatan atau prinsip pencegahan |
| | 102-12 (G4-14) | Inisiatif eksternal |
| | 102-13 (G4-15) | Keanggotaan asosiasi |
| Strategi | 102-14 (G4-1) | Pernyataan dari pembuat keputusan senior |
| Etika dan Integritas | 102-16 (G4-56) | Nilai, prinsip, standar, dan norma yang berlaku |
| Tata Kelola | 102-18 (G4-34) | Struktur dan tata kelola |
| Keterlibatan Pemangku Kepentingan | 102-40 (G4-24) | Daftar kelompok pemangku kepentingan |
| | 102-41 (G4-11) | Perjanjian perundingan kolektif |
| | 102-42 (G4-25) | Mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan |
| | 102-43 (G4-26) | Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan |
| | 102-44 (G4-27) | Topik utama dan masalah yang dikemukakan |
| Praktik Pelaporan | 102-45 (G4-17) | Entitas yang termasuk dalam laporan keuangankonsolidasi |
| | 102-46 (G4-18) | Menetapkan isi laporan dan batasan topik |

| | | |
|---------------------------------------|---------------------|---|
| | 102-47 (G4-22) | Daftar topik material |
| | 102-48 (G4-23) | Penyajian kembali informasi |
| | 102-49 (G4-28) | Perubahan dalam pelaporan |
| | 102-50 (G4-29) | Periode pelaporan |
| | 102-51 (G4-19) | Tanggal laporan terbaru |
| | 102-52 (G4-30) | Siklus pelaporan |
| | 102-53 (G4-31) | Titik kontak untuk pernyataan mengenai laporan |
| | 102-54 (G4-32) | Klaim bahwa pelaporan sesuai dengan standar GRI |
| | 102-55 (G4-32) | Indeks isi GRI |
| | 102-56 (G4-33) | Assurance oleh pihak eksternal |
| GRI 103 (Pendekatan Manajemen) | | |
| Pendekatan Manajemen | 103-1 (G4-DMA-a) | Penjelasan topik material dan batasannya |
| | 103-2 (G4-DMA-b) | Pendekatan manajemen dan komponennya |
| | 103-3 (G4-DMA-c) | Evakuasi pendekatan manajemen |
| GRI 200 (Ekonomi) | | |
| Kinerja Ekonomi | 201-1 (G4-EC1) | Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan |
| | 201-2 (G4-EC2) | Implikasi keuangan dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim |
| | 201-3 (G4-EC3) | Daftar cukupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti |
| | 201-4 (G4-EC4) | Bantuan keuangan yang diterima dari pemerintah |

| | | |
|-------------------------------|--------------------|--|
| Keberadaan Pasar | 202-1 (G4-EC5) | Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional signifikan |
| | 202-2 (G4-EC6) | Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan |
| Dampak Ekonomi Tidak Langsung | 203-1 (G4-EC7) | Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan |
| | 203-2 (G4-EC8) | Dampak ekonomi secara tidak langsung yang signifikan |
| Praktek Pengadaan | 204-1 (G4-EC9) | Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional signifikan |
| Anti Korupsi | 205-1 (G4-SO3) | Operasi-operasi yang dinilai terkait korupsi |
| | 205-2 (G4-SO4) | Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti korupsi |
| | 205-3 (G4-SO5) | Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil |
| Prilaku Anti Persaingan | 206-1 (G4-SO7) | Langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik anti trust dan monopoli |
| GRI 300 (Lingkungan) | | |
| Material | 301-1 (G4-EN1) | Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume |
| | 301-2 (G4-EN2) | Presentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang |
| | 301-3 (G4-EN28) | Produk reclaimed dan material kemasannya |
| Energi | 302-1 (G4-EN3) | Konsumsi energi dalam organisasi |
| | 302-2 (G4-EN4) | Konsumsi energi diluar organisasi |
| | 302-3 (G4-EN5) | Intensitas energi |
| | 302-4 (G4-EN6) | Pengurangan konsumsi energi |
| | 302-5 (G4-EN7) | Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa |
| Air | 303-1 (G4-EN8) | Total pengambilan air berdasarkan sumber |
| | 303-2 (G4-EN9) | Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air |

| | | |
|-----------------------|--------------------|---|
| | 303-3 (G4-EN10) | Presentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali |
| Keanekaragaman Hayati | 304-1 (G4-EN11) | Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola atau berkaitan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung |
| | 304-2 (G4-EN12) | Uraian dampak signifikan kegiatan, produk dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung |
| | 304-3 (G4-EN13) | Habitat yang dilindungi dan dipulihkan EN14 jumlah total spesies dalam iucn red |
| | 304-4 (G4-EN14) | Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan risiko kepunahan |
| Emisi | 305-1 (G4-EN15) | Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1) |
| | 305-2 (G4-EN16) | Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2) |
| | 305-3 (G4-EN17) | Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3) |
| | 305-4 (G4-EN18) | Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK) |
| | 305-5 (G4-EN19) | Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK) |
| | 305-6 (G4-EN20) | Emisi bahan perusak ozon (BPO) |
| | 305-7 (G4-EN21) | Nox, Sox, dan emisi udara signifikan lainnya |
| Limbah | 306-1 (G4-EN22) | Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan |
| | 306-2 (G4-EN23) | Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan |
| | 306-3 (G4-EN24) | Tumpahan yang signifikan |
| | 306-4 (G4-EN25) | Pengangkutan limbah yang berbahaya |

| | | |
|-----------------------------------|--------------------|--|
| | 306-5 (G4-EN26) | Beban air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan limbah air |
| Kepatuhan Lingkungan | 307-1 (G4-EN29) | Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan hidup |
| Penilaian Lingkungan Pemasok | 308-1 (G4-EN32) | Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan |
| | 308-2 (G4-EN33) | Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |
| GRI 400 (Sosial) | | |
| Kepegawaian | 401-1 (G4-LA1) | Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender dan wilayah |
| | 401-2 (G4-LA2) | Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purna waktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu |
| | 401-3 (G4-LA3) | Cuti melahirkan |
| Hubungan Tenaga Kerja / Manajemen | 402-1 (G4-LA4) | Periode Pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional |
| Keselamatan dan Kesehatan Kerja | 403-1 (G4-LA5) | Perwakilan pekerja dalam komite resmi gabungan manajemen pekerja untuk kesehatan dan keselamatan |
| | 403-2 (G4-LA6) | Pengungkapan jenis kecelakaan kerja, hari yang hilang, mangkir dan total kematian akibat bekerja |
| | 403-3 (G4-LA7) | Pekerja yang sering terkena penyakit terkait pekerjaan mereka |
| | 403-4 (G4-LA8) | Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat buruh |
| Pelatihan dan Pendidikan | 404-1 (G4-LA9) | Jam pelatihan rata-rata pertahun perkaryawan |
| | 404-2 (G4-LA10) | Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan membantu mengelola keberlanjutan kerja karyawan |
| | 404-3 (G4-LA11) | Presentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier |
| | 405-1 (G4-LA12) | Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan |

| | | |
|---|--------------------|---|
| Keanekaragaman dan Kesempatan Setara | 405-2 (G4-LA13) | Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibanding laki-laki |
| Non Diskriminasi | 406-1 (G4-HR3) | Total insiden diskriminasi dan tindakan yang diambil |
| Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif | 407-1 (G4-HR4) | Operasi pemasok dimana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif yang mungkin beresiko |
| Pekerja Anak | 408-1 (G4-HR5) | Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak |
| Pekerja Paksa atau Wajib Kerja | 409-1 (G4-HR6) | Operasi dan pemasok yang berisiko tinggi melakukan kerja paksa atau wajib kerja |
| Praktik Keamanan | 410-1 (G4-HR7) | Petugas keamanan yang dilatih dalam kebijakan prosedur hak asasi manusia |
| Hak Adat | 411-1 (G4-HR8) | Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat |
| Penilaian Hak Asasi Manusia | 412-1 (G4-HR9) | Operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia |
| | 412-2 (G4-HR2) | Pelatihan karyawan mengenai prosedur hak asasi manusia |
| | 412-3 (G4-HR1) | Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukan klausul-klausul hak asasi manusia yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia |
| Masyarakat Lokal | 413-1 (G4-SO1) | Presentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, dampak dan pengembangan |
| | 413-2 (G4-SO2) | Operasi yang secara aktual dan berpotensi memiliki dampak positif signifikan terhadap masyarakat lokal |
| Penilaian Sosial Pemasok | 414-1 (G4-LA14) | Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial |
| | 414-2 (G4-LA15) | Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil |
| Kebijakan Publik | 415-1 (G4-SO6) | Nilai total kontribusi politik |
| Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan | 416-1 (G4-PR1) | Presentase produk atau jasa yang memiliki dampak kesehatan dan keselamatan |
| | 416-2 (G4-PR2) | Jumlah insiden ketidakpatuhan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa |

| | | |
|--------------------------|-------------------|--|
| Pemasaran dan Pelabelan | 417-1 (G4-PR3) | Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa |
| | 417-2 (G4-PR4) | Jumlah total insiden ketidak patuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa |
| | 417-3 (G4-PR7) | Insiden ketidak patuhan terkait komunikasi pemasaran |
| Privasi Pelanggan | 418-1 (G4-PR8) | Keluhan yang terbakti terkait pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan |
| Kepatuhan Sosial Ekonomi | 419-1 (G4-SO8) | Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan di bidang sosial dan ekonomi |

Sumber: GRI Standards (2016)

Setiap item pengungkapan *corporate social responsibility* dalam penelitian ini diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Berikut rumus perhitungannya:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Dimana:

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility Index* Perusahaan j

X_{ij} = Skor variabel 1=jika item diungkapkan, 0=jika item tidak diungkapkan

n_j = Jumlah Indikator GRI Standards (113 Item)

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2017:1) definisi nilai perusahaan adalah:

“Persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, tujuan pengelolaan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai kekayaan pemegang saham.”

Menurut Riska Franita (2018) nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan merupakan harga saham. semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi tingkat pengembalian investor hal itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.”

Sedangkan menurut Agus Sartono (2016:9) nilai perusahaan adalah:

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

Pengertian nilai perusahaan menurut Kadek dan I Gede (2017) Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Investor cenderung tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah sesuatu yang diinginkan oleh perusahaan apabila nilai perusahaan tersebut positif, nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan

tercermin dari harga saham suatu perusahaan, semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga semakin tinggi dan baik dimata investor serta menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi.

2.1.3.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Terdapat beberapa proksi yang dapat digunakan dalam penilaian rasio perusahaan, antara lain :

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Buddy Setianto (2016) PER adalah rasio antara harga saham perusahaan dan laba per saham dalam saham. PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan oleh emiten dalam setahun. Semakin besar PER maka perusahaan akan semakin berkembang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Rumus *Price Earning Ratio* adalah:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$$

b. *Price to Book Value* (PBV)

Menurut Buddy Setianto (2016) PBV didefinisikan sebagai perbandingan nilai pasar suatu saham terhadap nilai bukunya sendiri sehingga dapat mengukur tingkat harga saham apakah *overvalued* atau *undervalued*. Semakin tinggi rasio ini berarti pasar percaya pada prospek perusahaan. PBV juga menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV yang

rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan fundamental perusahaan yang bersangkutan.

Rumus *Price to Book Value* adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

c. Tobin's Q

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini adalah konsep yang sangat berharga karena mewakili perkiraan pasar keuangan saat ini tentang pengembalian setiap dolar dari investasi tambahan. Menurut Waluyo (2017) rumus nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas

EBV = Nilai Buku Dari Total Aktiva

D = Nilai Buku Dari Total Hutang

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), karena PBV dapat menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Rasio PBV merupakan

perbandingan antara harga saham dengan nilai buku ekuitas. Semakin tinggi rasio ini mengartikan bahwa semakin besar kepercayaan investor terhadap perusahaan.

2.1.3.3 Faktor-Faktor Nilai Perusahaan

Menurut Nanang Ari (2016:84) faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain:

1. Keputusan Investasi

Masalah bagaimana manajer harus mengalokasikan dana kedalam bentuk-bentuk investasi yang dapat mendatangkan keuntungan dimasa yang akan datang.

2. Struktur Modal

Struktur modal merupakan sumber dana yang sedemikian rupa mampu memaksimalkan harga saham agar tujuan perusahaan memaksimalkan nilai perusahaan tercapai.

3. Keputusan Dividen

Kebijakan dividen merupakan penetapan besarnya dividen kepada pemegang saham dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Ini merupakan nilai yang berpengaruh positif terhadap pertumbuhan yang lebih tinggi yaitu peningkatan nilai jual perusahaan dengan keuntungan bagi pemegang saham.

2.1.3.4 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi perusahaan karena peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan kenaikan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan ukuran dari prestasi kerja yang telah dicapai. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal ini dipandang sebagai kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham yang menjadi tujuan perusahaan. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan akan menarik investor tersebut untuk berinvestasi di perusahaan (Silvia Indrarini, 2019:3).

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa ringkasan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 2.5

Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti (Tahun) | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-----------------------------------|--|--|---|
| 1. | I Putu L N dan Made Gede W (2021) | Pengungkapan CSR Pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai | Variabel Independen: CSR Variabel Moderasi: | Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan variabel moderasi profitabilitas dan nilai perusahaan. Semakin tinggi pengungkapan CSR, |

| | | | | |
|----|---------------------------|--|---|---|
| | | Variabel Moderasi | Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Nilai Perusahaan | maka nilai perusahaan semakin tinggi, terutama pada perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dan ukuran perusahaan besar. |
| 2. | Ignatius Septo (2021) | <i>Corporate Value Is a Affected by Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility</i> | Variabel Independen: <i>Institusional Ownership</i> Variabel Dependen: <i>Corporate Value</i> | Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>good corporate governance</i> dan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 3. | Hamdan Arif Fatoni (2020) | Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi | Variabel Independen: <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Mediasi: Profitabilitas Variabel Dependen: Nilai Perusahaan | Penelitian ini menunjukkan bahwa GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. GCG berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas dengan produksi <i>Return On Asset</i> . Profitabilitas dengan dengan proksi ROA tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan proksi PBV. GCG berpengaruh tidak signifikan secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan PBV melalui profitabilitas yang diukur dengan ROA. |

| | | | | |
|----|-----------------------|--|--|---|
| 4. | Yunita Karlina (2020) | <i>The Impact of Financial Performance, Financial Risk, Liquidity, and Good Corporate Governance on Corporate Value</i> | <p>Variabel Independen: <i>Financial Performance, Financial Risk, Liquidity and Good Corporate Governance</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>Corporate Value</i></p> | Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial performance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>financial risk</i> dan <i>liquidity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan <i>good corporate governance</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 5. | Nadia Mustofa (2020) | Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi | <p>Variabel Independen: CSR</p> <p>Variabel Moderasi: Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p> | Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. |
| 6. | Leni Yulianti (2019) | Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan | <p>Variabel Independen: <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p> | Penelitian menunjukkan bahwa <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 7. | Sri Ayem (2019) | Pengaruh <i>Corporate Social</i> | <p>Variabel Independen:</p> | Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan |

| | | | | |
|----|--------------------------------|--|--|--|
| | | <i>Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi</i> | <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Moderasi: Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Nilai Perusahaan | terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak mampu memperlemah hubungan antara nilai perusahaan terhadap CSR. |
| 8. | Ida Bagus, <i>et al</i> (2019) | <i>Corporate Governance, Corporate Profitability Toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value</i> | Variabel Dependen: <i>Corporate Governance, Corporate Profitability</i> Variabel Moderasi: CSR Variabel Dependen: <i>Corporate Value</i> | Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>corporate governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. CSR dan <i>profitability corporate</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui mediasi CSR. <i>corporate governance</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui mediasi CSR. |
| 9. | Rama Andi Wiguna (2019) | Pengaruh Profitabilitas dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan | Variabel Independen: Profitabilitas, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial Variabel Dependen: | Penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen, proporsi komite audit, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. |

| | | | Nilai Perusahaan | |
|-----|--------------------------------|--|--|--|
| 10. | Mentari Agustina Fajari (2019) | Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan | <p>Variabel Independen : Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Komite Audit, <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p> | Penelitian ini menunjukkan bahwa GCG dan CSR secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan. Namun secara parsial GCG yang diproksikan dengan menggunakan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, serta CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi GCG yang diproksikan dengan menggunakan dewan komisaris berpengaruh positif sedangkan komite audit berpengaruh negatif terhadap perusahaan. |
| 11. | Tasya Anindya Pramesti (2019) | Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan | <p>Variabel Independen: Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit</p> <p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p> | Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kepemilikan institusional, komisaris independen dan komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Good Corporate Governance</i> secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 12. | Putri Yanindha Sari (2018) | Pengaruh Kinerja Keuangan dan <i>Corporate Social</i> | <p>Variabel Independen: Kinerja Keuangan, <i>Corporate</i></p> | Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kinerja keuangan (NPL, LDR, ROA, dan CAR) dan |

| | | | | |
|-----|---------------------------------|---|--|---|
| | | <i>Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan</i> | <i>Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan | CSR terhadap nilai perusahaan. |
| 13. | Angga Hidayat (2018) | <i>The Effect of Good Corporate Governance and Tax Planning on Company Value</i> | Variabel Dependen: <i>Institutional Ownership, Tax Planning</i> Variabel Dependen: <i>Company Value</i> | Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>good corporate governance</i> yang diprosikan <i>institutional ownership</i> and <i>tax planning</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |
| 14. | Dwi Ermayanti Susilo (2018) | <i>The Effect of Corporate Social Responsibility to the Corporate Value</i> | Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: <i>Corporate Value</i> | Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |
| 15. | I Gusti Ayu (2018) | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan | Variabel Independen: CSR, GCG, Kepemilikan Asing Variabel Dependen: Nilai Perusahaan | Penelitian ini menunjukkan CSR, GCG dan Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 16. | Roger C.Y.C dan Chen H.L (2017) | <i>Assesing Whether Corporate Social Responsibility Influence Corporate Value</i> | Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: | Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |

| | | | | |
|-----|-----------------------------|---|---|---|
| | | | <i>Corporate Value</i> | |
| 17. | Kadek Ria Citra Dewi (2017) | Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan | <p>Variabel Independen: Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Sedangkan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |
| 18. | Mainatul Ilmi (2017) | <i>Effect of Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Disclosure and Managerial Ownership to The Corporate Value with Financial Performance as Interventing Variables</i> | <p>Variabel Dependen: <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Disclosure, Managerial Ownership</i></p> <p>Variabel Interventing: <i>Financial Performance</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>Corporate Value</i></p> | Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>good corporate governance</i> dan <i>corporate social responsibility disclosure</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>financial performance</i> . <i>Managerial ownership</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. <i>Good corporate governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate value</i> . Sedangkan <i>corporate social responsibility disclosure</i> dan <i>managerial ownership</i> tidak berpengaruh terhadap <i>corporate value</i> . <i>Financial performance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate value</i> . |
| 19. | Citra Dirawati | Analisis Pengaruh | Variabel Independen: | Penelitian ini menunjukkan bahwa ROA, Dewan |

| | | | | |
|-----|------------------------|---|--|--|
| | Pohan (2017) | Kinerja Keuangan, <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan | Kinerja Keuangan, Dewan Komisaris, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan | Komisaris Independen, dan Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan DER, Komite Audit dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 20. | Sulistia Melani (2017) | Pengaruh CSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating | Variabel Independen: CSR, GCG Variabel Moderating: Profitabilitas Variabel Dependen: Nilai Perusahaan | Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dan GCG berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel <i>control size</i> dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penerapan CSR dan GCG mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. ROA mampu memediasi pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan sedangkan ROA tidak mampu memediasi pengaruh <i>size</i> terhadap nilai perusahaan. |

Sumber: Data diolah penulis (2021)

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rasio PBV. Peningkatan nilai PBV suatu perusahaan meningkatkan nilai keuntungannya, meningkatkan harga saham di pasar. Peningkatan tersebut merupakan suatu keputusan atau langkah yang diambil dan merupakan dampak yang ditimbulkan oleh tindakan yang dilakukan oleh mekanisme tata kelola perusahaan internal dengan tujuan untuk menjaga stabilitas perusahaan serta mewujudkan visi, misi dan tujuan perusahaan. Dengan peningkatan nilai tersebut maka akan berdampak baik pada PBV perusahaan, tercermin dari peningkatan kinerja internal atau menunjukkan tata kelola perusahaan yang baik pada suatu perusahaan sehingga membuat kepercayaan investor terhadap perusahaan semakin tinggi.

Menurut (Pamungkas et al : 2018) Penerapan GCG erat kaitannya dengan penegakan etika dalam berbisnis, oleh karena itu penerapan GCG dalam perusahaan merupakan citra yang baik dari suatu perusahaan. Citra yang baik tentunya akan meningkatkan nilai perusahaan dimata masyarakat.

Menurut Leni Y (2019) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) dapat menciptakan nilai tambah karena dengan menerapkan GCG berarti perusahaan sudah menunjukkan komitmennya dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik. Penerapan GCG sudah menjadi salah satu kebutuhan perusahaan, salah satunya meningkatkan nilai perusahaan serta memberikan manfaat jangka panjang bukan hanya untuk mematuhi peraturan semata. Sedangkan menurut Kezia Abigail (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan meningkat

seiring penerapan GCG, dipandang investor memiliki sistem pengendalian yang kuat. GCG memfasilitasi perusahaan atas prosedur, wewenang dan struktur. Hal ini mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya yang akan berdampak pada nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tasya Anindya Pramesti (2019) yang menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Citra Dirawati Pohan (2017) bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian yang diungkapkan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan *Good Corporate Governance* dalam perusahaan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan meminimalisir kecurangan yang dapat merugikan perusahaan.

2.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan antara lain diungkapkan dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. CSR dapat berkelanjutan jika program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama seluruh elemen di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya, tanpa komitmen dan dukungan antusias dari para karyawan, program-program tersebut akan menjadi seperti program penebusan dosa bagi pemegang saham semata. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti yang sangat besar bagi perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan karena keberlanjutan adalah keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut tertuang dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan (Riswanti : 2017).

Menurut Armi Sulton dan Ni ketut (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Menurut Vira dan Wirakusuma (2019) menyatakan bahwa penerapan CSR dalam perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Karena perusahaan yang memikirkan kesejahteraan *stakeholders* dapat menjamin pertumbuhan nilai perusahaan dan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang cukup panjang.

Menurut Sunjana (2017), menyatakan bahwa:

“Kondisi financial ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan sehingga perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukannya kepada *stakeholder*. Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility*. Kesadaran pentingnya praktik CSR menjadi *trend global*, seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan perusahaan. Ole karena itu, perusahaan wajib mencantumkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya sebagai bentuk strategi jangka panjang.”

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Desita Riyanta (2020) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan I Putu Indra dan Ni Gusti (2019) CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Perusahaan yang menerapkan praktik CSR dengan efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan karena keberlanjutan adalah keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat.

2.3.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan seringkali dikaitkan dengan harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Dengan demikian, untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai perusahaan (Dirvi Surya : 2020). Tujuan suatu perusahaan yaitu menginginkan harga saham perusahaan yang tinggi, meskipun secara logis tujuan didirikan suatu perusahaan adalah memaksimalkan laba, namun menurut pakar keuangan korporasi, dalam perspektif manajemen tujuan perusahaan adalah untuk memakmurkan pemilik saham atau nilai perusahaan bukan untuk memaksimalkan laba (Annisa Pujiati : 2020). Pemaksimalan nilai perusahaan atau

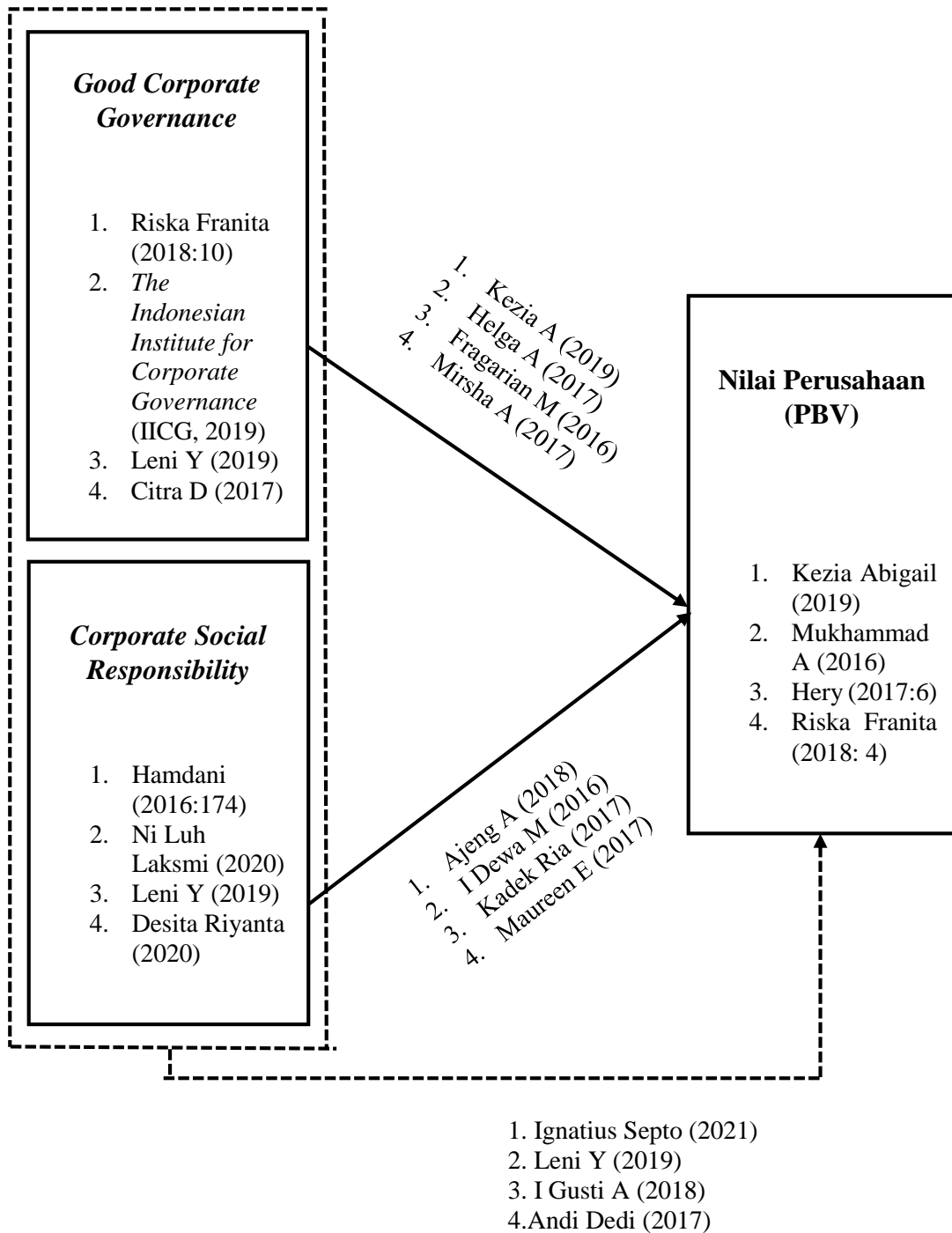
kekayaan pemegang saham dapat memudahkan penakaran kinerja perusahaan (Nurdin, dkk : 2020).

Menurut hasil penelitian I Gusti Ayu E (2019) pada dasarnya GCG dan CSR saling berkaitan satu sama lain, semakin banyak perusahaan melakukan CSR, semakin bagus GCG diterapkan. Sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan penerapan tata kelola yang baik dan perusahaan banyak mengungkapkan aktivitas sosialnya maka reputasi dan citra perusahaan akan meningkat. Hal ini akan menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian tingginya permintaan saham akan berdampak terhadap harga saham yang akan ikut naik. Harga saham perusahaan menggambarkan nilai perusahaan tersebut. Hasil dari penelitian ini yaitu *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa penerapan *corporate governance* yang baik dan pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Hermadi (2017) : GCG dan CSR saling berkaitan satu sama lain karena salah satu dari 5 prinsip *good corporate governance* adalah *responsibility* (tanggung jawab) dan tiga prinsip lainnya adalah transparansi, akuntabilitas, independensi dan kesetaraan. Perusahaan yang menerapkan GCG dan CSR akan meningkatkan persepsi nilai perusahaan dimata investor maupun calon investor dan berdampak pada meningkatnya harga pasar saham dari perusahaan. Jika harga pasar saham perusahaan meningkat maka tingkat kesejahteraan pemegang saham juga akan meningkat.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa GCG dan CSR adalah fenomena yang saling berkaitan. Penerapan GCG yang sejalan dengan pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang artinya nilai perusahaan juga meningkat.

Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan” maka model kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- > : Hubungan Secara Parsial
- - - - -> : Hubungan Secara Simultan

2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:99) hipotesis adalah:

“Jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran diatas maka

dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Terdapat Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan.

H2 : Terdapat Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.

H3 : Terdapat Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.