

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 *Agency Theory* (Teori Keagenan)**

Teori agensi menjadi dasar teori yang diterapkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis, dimana teori ini berkaitan dengan penyelesaian masalah yang muncul akibat dua masalah hubungan agensi. Michael C. Jensen dan William H. Meckling dalam penelitian tahun 1976 yang berjudul “Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure” mengemukakan teori agensi untuk pertama kalinya, bahwa:

*“Agency relationship as a contract under which one or more persons (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent.”*

(Jensen & Meckling, 1976) menjelaskan bahwa hubungan agensi sebagai sebuah kontrak yang terjadi ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan satu atau lebih orang lain (agent) untuk berlaku atas nama principal sebagai pendelegasi wewenang dan kekuasaan dalam pengambilan keputusan. Dalam hal ini, pemegang saham berperan sebagai principal dan manajemen sebagai agen. Manajemen dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja dalam membuat keputusan terbaik bagi kepentingan pemegang saham.

Berdasarkan konsep teori ini, Sartono (2017, xxi) mengatakan bahwa manajemen semestinya lebih memakmurkan kepentingan pemegang saham, namun pada kenyataannya tak jarang terjadi konflik. Konflik ini disebut dengan *agency problem*, dimana manajemen lebih mementingkan kepentingan pribadi untuk meningkatkan utilitas daripada memaksimalkan harga saham. *Agency problem* yang sering terjadi karena perbedaan kepentingan antara principal dan agent disebut ketidakseimbangan informasi.

*Asymmetric information* atau ketidakseimbangan informasi antara *principal* dan *agent* terjadi karena pihak *agent* memiliki informasi lebih banyak mengenai kondisi, lingkungan kerja dan prospek jangka panjang perusahaan dibanding dengan pihak *principal* yang tidak memiliki cukup informasi mengenai kinerja *agent*. Permasalahan keagenan muncul akibat adanya tindakan oportunitis yang mengutamakan kesejahteraan individu dan pemicunya adalah nilai aliran kas bebas (*free cash flow*), di mana pemegang saham mengharapkan dividen namun agen mengambil tindakan menguntungkan pribadi dengan melakukan tindakan merger, manajemen laba dan lainnya (S. Rahmawati, 2016:2).

Teori keagenan menjadi dasar dalam *good corporate governance*, dimana teori keagenan menjelaskan mengenai permasalahan yang timbul antara pihak *agent* dengan pihak *principal* akibat dari adanya kepentingan yang bertolak belakang. Mengenai hal itu, *good corporate governance* menjadi salah satu strategi dalam meminimalisir terjadinya *conflict agency*, mengurangi *agency cost* dan menyelaraskan kepentingan *agent* dan *principal*. *Good corporate governance* juga

diharapkan dapat meminimalisir kerugian akibat penyalahgunaan wewenang manajemen dalam proses kegiatan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan.

### **2.1.2 Legitimacy Theory (Teori Legitimasi)**

Teori legitimasi dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan dalam pendekatan perusahaan dengan masyarakat dilingkungan sekitar perusahaan. Teori legitimasi pertama kali dicetuskan oleh Dowling and Pfeffer (1975):

*“Legitimacy is a condition or a status which exists when an entity’s value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part.”*

Dowling & Pfeffer (1975) mengemukakan bahwa adanya kesesuaian nilai atau norma yang berlaku antara perusahaan dan masyarakat karena dalam hal ini perusahaan menjadi bagian dari masyarakat.

Teori legitimasi merupakan sebuah gagasan atau ide perihal keseimbangan antara operasional perusahaan dengan norma yang berlaku di masyarakat, seperti yang dikatakan oleh O’Donovan (2002):

*“Legitimacy theory is based on the idea that in order to continue operating successfully, cooperation must act within the bound of what society identifies as socially acceptable behavior.”*

O’Donovan (2002) juga mengungkapkan bahwa legitimasi dipandang sebagai suatu hal yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan dan apa yang diinginkan oleh masyarakat dari perusahaan membawa manfaat dalam keberlanjutan perusahaan.

Legitimasi mengharuskan perusahaan memperlakukan lingkungan masyarakat dengan baik agar aktivitas dan kinerja perusahaan dinilai baik pula. Namun pada kenyataannya, terdapat perbedaan yang diharapkan masyarakat

terhadap perusahaan yang berdampak pada nilai atau norma yang dianut oleh masyarakat dengan perusahaan. Perbedaan ini mengakibatkan perusahaan dalam situasi terancam dan kondisi ini disebut *legitimacy gap*. Legitimasi gap muncul akibat perusahaan terlalu fokus terhadap pemaksimalan keuntungan dan mengesampingkan dampak yang timbul dari kegiatan perusahaan.

Lindawati & Puspita (2015) mengatakan bahwa *legitimacy gap* dipicu oleh 3 hal:

1. Terjadi perubahan kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah. Masalah legitimasi muncul karena adanya perubahan kinerja perusahaan, ketika perusahaan menghentikan program rutin sebagai bentuk tanggung jawab sosial tetapi masyarakat telah bergantung pada program tersebut dan tetap berharap terus dilaksanakan.
2. Tidak adanya perubahan pada kinerja perusahaan namun harapan masyarakat sudah berubah terhadap kinerja perusahaan. Hal ini terjadi ketika masyarakat berharap perusahaan akan memberikan kesempatan dalam aspek lapangan pekerjaan namun perusahaan tidak merealisasikan harapan tersebut karena berbagai pertimbangan salah satunya adalah adanya keterbatasan pendidikan.
3. Adanya perubahan kinerja perusahaan dan harapan masyarakat menuju arah yang berbeda atau ke arah yang sama namun dengan waktu yang berbeda. Perusahaan mempekerjakan masyarakat dengan anggapan diupah lebih rendah dan mengurangi pengangguran pada lingkungan tersebut, namun perusahaan mengubah tenaga kerja manusia menjadi mesin sebagai upaya meminimalisir beban perusahaan yang menguntungkan perusahaan. Masyarakat menyepakati keputusan perusahaan tersebut dengan harapan perusahaan memberikan bantuan pembiayaan usaha kecil menengah bagi masyarakat yang terdampak.

Teori legitimasi menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Teori legitimasi juga menjelaskan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*, dimana teori ini mendukung perusahaan dalam penerapan dan pengembangan dengan pengungkapan sosial dan lingkungan. *Corporate social responsibility* memperoleh pengakuan dan jaminan dalam keberlangsungan hidup perusahaan di lingkungan masyarakat atau dalam kata lain perusahaan menggunakan kinerja berbasis lingkungan sebagai ajang perolehan legitimasi dari

masyarakat selama kegiatan operasional berlangsung. Apabila perusahaan tidak beroperasi sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, maka perusahaan akan mendapatkan sanksi sosial dari lingkungan masyarakat. Teori ini menjadi relevan karena adanya pandangan mengenai pengungkapan lingkungan yang bermanfaat terhadap peningkatan atau mempertahankan legitimasi perusahaan yang menggunakan strategi aksi lingkungan yang dipublikasi secara efektif kepada masyarakat sekitar perusahaan beroperasi.

### **2.1.3 Stakeholder Theory (Teori Stakeholder)**

*Stakeholder* merupakan pihak yang memiliki kepentingan atau para pemangku kepentingan dalam perusahaan yang berpengaruh terhadap penentuan arah kesuksesan suatu perusahaan. Pihak *stakeholder* berupa seluruh elemen masyarakat tanpa terkecuali termasuk individu atau kelompok yang memiliki hubungan terikat dengan perusahaan.

Meryl Dianthe & Rosidi, et al, (2021) menyatakan bahwa:

“Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan itu sendiri tetapi perlu memberikan manfaat bagi para *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat dan pihak lainnya.”

*Stakeholders* memiliki dua kategori yaitu *inside stakeholder* dan *outside stakeholder*. *Inside stakeholder* merupakan pihak internal perusahaan yang memiliki kepentingan dan hubungan kontrak terhadap sumber daya perusahaan, seperti para pemegang saham, manajer dan karyawan. Sedangkan *outside stakeholder* merupakan pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan tetapi bukan bagian dari pemilik perusahaan yang dipengaruhi oleh pandangan dan

keputusan yang dilakukan oleh perusahaan, seperti pemasok, konsumen hingga pemerintah. *Stakeholder* merupakan semua pihak internal dan eksternal yang secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi atau mempengaruhi perusahaan (Saputra, 2018).

Teori *stakeholder* berkenaan dengan konsep hubungan tanggung jawab antara perusahaan dengan *stakeholder* demi keberlangsungan perusahaan. Teori *stakeholder* berpandangan bahwa setiap kegiatan perusahaan memerlukan pertimbangan pengakuan dari para *stakeholder*. Semakin kuat *stakeholder* maka semakin meningkat kebutuhan bisnis perusahaan dalam beradaptasi dengan *stakeholder*.

Asumsi teori *stakeholder* bahwa perusahaan memiliki keterikatan dengan lingkungan sosial sekitarnya, maka perusahaan perlu menjaga interaksi untuk memperoleh tujuan perusahaan. Tujuan teori *stakeholder* ini juga berkenaan dengan stabilisasi usaha dan jaminan perusahaan agar terus berkelanjutan dalam melaksanakan kegiatan usaha. Teori *stakeholder* beranggapan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki keharusan dalam memberikan keuntungan terhadap perusahaan itu sendiri tetapi memberikan keuntungan pula terhadap para *stakeholder*.

Relevansi teori ini dengan *intellectual capital* yaitu perusahaan perlu memanfaatkan segala potensi yang dimiliki oleh perusahaan baik karyawan (*human capital*), modal fisik (*capital employed*) dan *structural capital*. Pengelolaan potensi perusahaan yang baik dapat menciptakan *value added* bagi perusahaan. *Value*

*added* akan mendorong peningkatan kinerja perusahaan yang secara tidak langsung nilai perusahaan akan semakin baik dimata para *stakeholder*.

## 2.1.4 *Good Corporate Governance* (GCG)

### 2.1.4.1 Pengertian *Good Corporate Governance*

Sinurat and Ilham (2021, 3) mengatakan bahwa:

“*Corporate governance* pertama kali dikenalkan oleh *Cadbury Committee* pada tahun 1992 dalam laporan yang menjadi titik balik penerapan *corporate governance* di seluruh dunia yang kemudian dikenal dengan *Cadbury Report*. *Cadbury report* mendefinisikan *corporate governance* sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan.”

Kusmayadi, Rudiana, dan Badruzaman (2015, 8), mendefinisikan sebagai berikut:

“*Good corporate governance* merupakan mekanisme perusahaan dalam menegakkan hukum dan peraturan yang berkaitan dengan hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditur, pemerintah dan pihak berkepentingan lainnya dengan pihak perusahaan (*stakeholder*).”

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

mendefinisikan *good corporate governance* sebagai berikut:

“*Good corporate governance* merupakan seperangkat peraturan untuk mengarahkan (*direction*) dan mengendalikan (*control*) kegiatan bisnis perusahaan dan mengenai hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta peran pemegang kepentingan intern atau ekstern lain yang berhubungan dengan pemisahan tugas, hak-hak dan kewajibannya.”

Sedangkan, Untung (2014, 5) mengatakan bahwa:

“*Good corporate governance* sebagai suatu rangkaian proses, kebiasaan, kebijakan, aturan dan intuisi yang memengaruhi pengarahannya, pengelolaan dan pengontrolan suatu perusahaan mencakup hubungan antara para pemangku kepentingan dengan pihak utama dalam tata kelola perusahaan seperti pemegang saham, manajemen, dan dewan direksi.”

A. Firmansyah & Estutik (2021:21) mengatakan bahwa:

“*Good corporate governance* adalah suatu sistem, proses dan seperangkat kebijakan yang mengelola hubungan antara perusahaan dengan pihak *stakeholder* serta berfungsi sebagai meminimalisir perilaku oportunitis manajemen atau menyamakan keinginan *principal* dengan *agent*.”

Dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* merupakan kumpulan hukum, kebijakan dan prinsip yang harus dilakukan perusahaan sebagai upaya peningkatan kinerja dalam keberlangsungan perusahaan yang meningkatkan nilai perusahaan bagi para *stakeholder*.

#### **2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat *Good Corporate Governance***

Sutojo and Aldrige (2005, 5) mengungkapkan bahwa *good corporate governance* memiliki tujuan utama. Lima tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Melindungi hak dan kepentingan pemegang saham
2. Melindungi hak dan kepentingan *stakeholder* dan non-pemegang saham
3. Meningkatkan nilai perusahaan dan pemegang saham
4. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dewan pengurus
5. Meningkatkan hubungan *board of director* dengan manajemen senior perusahaan

*Good corporate governance* bertujuan untuk melindungi hak dan kepentingan agar tidak terjadi hal yang merugikan bagi *stakeholder* karena penyalahgunaan jabatan. Tujuan lainnya yaitu peningkatan nilai modal perusahaan yang berasal dari para pemegang saham. Semakin besar nilai modal perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang berdampak pada kepercayaan para investor dan kreditur untuk berinvestasi. Dalam *good corporate governance*, para dewan pengurus memiliki pertimbangan atas keputusan yang akan diambil dengan faktor dan resiko bagi perusahaan. *Good corporate governance* juga mendorong para direksi dan manajemen perusahaan untuk selalu mengutamakan etika dan



moral bisnis, hukum yang berlaku dan kepentingan masyarakat untuk setiap keputusan dan tindakan yang diambil.

Sutojo and Aldrige (2005:8) mengungkapkan bahwa adanya *good corporate governance* ini bermanfaat dalam pencegahan pengungkapan laporan keuangan perusahaan yang tidak transparan kepada para pemegang saham. Selain itu, *good corporate governance* dapat berperan sebagai pengarah dan pengendali Dewan pengurus sesuai dengan tujuan perusahaan.

*Forum for Corporate Governance Indonesia* (FCGI) dalam Sutojo & Aldrige (2005) mengatakan bahwa terdapat empat manfaat adanya penerapan *good corporate governance*. Keempat manfaat tersebut antara lain:

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui proses pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi perusahaan, serta meningkatkan pelayanan pada *stakeholder*,
2. Meningkatkan *corporate value* melalui kepercayaan dalam bentuk memperoleh dana pembiayaan,
3. Mengembalikan kepercayaan investor dalam keputusan investasi di Indonesia, dan
4. Pemegang saham merasakan kepuasan atas kinerja perusahaan karena secara tidak langsung meningkatkan *shareholders values* dan dividen.

#### **2.1.4.3 Prinsip Good Corporate Governance**

Prinsip *good corporate governance* (Wibisono, 2016:11) menyatakan bahwa para pelaku bisnis memiliki prinsip dalam melaksanakan *good corporate governance* yang nantinya menjadi pedoman dalam melangsungkan kegiatan perusahaan. Prinsip-prinsip *good corporate governance* tersebut sebagai berikut:

1. *Transparancy* (Keterbukaan Informasi)  
Keterbukaan informasi dalam mewujudkan prinsip *good corporate governance* dituntut untuk menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu untuk para *stakeholder*.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)  
Prinsip akuntabilitas diwujudkan dengan adanya kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban elemen perusahaan. Prinsip ini akan menghasilkan kejelasan atas fungsi, hak dan kewajiban, wewenang serta tanggungjawab antara dewan direksi, dewan komisarin dan pemegang saham.
3. *Responsibility* (Pertanggungjawaban)  
Perusahaan bertanggung jawab dapat dilihat dari kepatuhan perusahaan terhadap peraturan dan kebijakan yang berlaku. Prinsip ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa dalam kegiatan operasionalnya perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada *stakeholder* tetapi kepada pemangku kepentingan lainnya. Pertanggungjawaban ini dapat berupa kepatuhan terhadap masalah pajak, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, perlindungan lingkungan hidup, menjalin lingkungan bisnis yang kondusif dengan masyarakat dan lainnya.
4. *Independency* (Kemandirian)  
Dalam mengelola perusahaan dilakukan dengan profesional tanpa adanya kepentingan yang bertolak belakang dan tanpa adanya tekanan atau intervensi dari pihak manapun tanpa terkecuali yang tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku.
5. *Fairness* (Kesetaraan dan Kewajaran)  
Prinsip ini bertujuan untuk tetap memberikan perlakuan yang adil terhadap stakeholder dan memberikan hak sesuai dengan kebijakan dan peraturan yang berlaku.

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

melahirkan prinsip-prinsip *good corporate governance* yang diharapkan dapat menjadi sebagai acuan internasional (*international benchmark*) bagi para stakeholder untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap stabilitas perkembangan pasar modal, iklim investasi dan pertumbuhan ekonomi. Prinsip-prinsip *good corporate governance* yang diterbitkan oleh OECD dalam Sutojo & Aldrige (2005) antara lain:

1. Landasan Hukum  
OECD menyatakan bahwa dalam menjalankan *good corporate governance* yang efektif, perlu adanya landasan hukum yang kuat untuk melindungi hak dan kepentingan pemegang saham dan *stakeholder*. Diperlukan pembentukan landasan hukum yang terdiri dari:
  - a. Undang-undang mengenai perseroan terbatas (*corporation laws*),
  - b. Undang-undang perburuhan,

- c. Undang-undang mengenai kredit perbankan,
  - d. Kebijakan mengenai standar akuntansi keuangan dan standar audit, dan
  - e. Syarat dan prosedur pendaftaran saham perusahaan di bursa efek
- Landasan hukum disusun atas kesepakatan antara perusahaan-perusahaan lokal dan pemerintah memantau pelaksanaan prinsip-prinsip *good governance*. Landasan hukum yang dibuat tidak boleh bertentangan dengan undang-undang atau ketentuan hukum yang telah ada.
2. Hak Pemegang Saham  
Pemegang saham memiliki hak-hak tertentu yang perlu dilindungi secara hukum oleh perusahaan agar tidak terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan kesepakatan.
  3. Perlakuan yang Adil terhadap para Pemegang Saham  
Perusahaan diharuskan memperlakukan para pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing secara adil tanpa membedakan. Para pemegang jenis yang sama wajib mendapatkan jaminan dan informasi yang sama. Salah satu perlakuan yang adil adalah dengan memberikan informasi mengenai hak dan perlindungan investor sebelum para investor mempertimbangkan berinvestasi diperdagangan bursa efek.
  4. Peranan *Stakeholder*  
Keberhasilan suatu perusahaan tidak lepas dari peran para stakeholder termasuk pemegang saham, karyawan, kreditur, pelanggan dan pemasok layanan jasa dan lain-lain. Maka dari itu, perlu adanya perlindungan terhadap hak dan kepentingan para stakeholder dan non-pemegang saham.
  5. Pengungkapan Informasi secara Transparan  
Perusahaan perlu memberikan laporan kepada para pemegang saham yang akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan yang bersifat transparan, akurat dan tepat waktu juga hal yang berkaitan dengan kondisi keuangan perusahaan dan kinerja perusahaan.
  6. Tanggung jawab Dewan Pengurus  
Dewan pengurus bertanggung jawab atas kedisiplinan perusahaan yang dikelola terhadap hukum yang berlaku. Dikebanyakan negara, Dewan Pengurus terdiri dari dua lapisan. Di Indonesia sendiri, lapisan pertama yaitu Dewan Komisaris yang berfungsi sebagai pengendali dan pengawas keberlangsungan kegiatan perusahaan dan kinerja direksi. Lapisan kedua yaitu Direksi dengan fungsi sebagai pengelola aset, utang dan kegiatan perusahaan lainnya.

Prinsip *good corporate governance* yang berlaku dipengaruhi oleh berbagai macam faktor internal dan eksternal yang berbeda di tiap negara. Faktor internal termasuk struktur kepemilikan perusahaan sedangkan faktor eksternal yaitu budaya, kebijakan pemerintah dan perkembangan pasar negara.

#### 2.1.4.4 Tahapan *Good Corporate Governance*

Kelancaran suatu perusahaan dalam pelaksanaan *good corporate governance* melalui proses dan tahapan yang cermat berdasarkan analisis situasi dan kondisi perusahaan dan tingkat kesiapannya dengan dukungan dari seluruh unsur perusahaan. Kusmayadi dkk. (2015, 131) menyatakan bahwa perusahaan yang telah berhasil menerapkan *good corporate governance* menggunakan beberapa tahapan, diantaranya:

##### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini terdiri dari tiga tahap utama, yaitu:

- a) *Awareness Building*, ini merupakan tahap awal dalam membangun kesadaran mengenai pentingnya penerapan dan komitmen terhadap *good corporate governance*. Upaya ini dapat ditempuh melalui bantuan tenaga ahli independent luar perusahaan ataupun seminar atau lokakarya.
- b) *Good Corporate Governance Assessment*, upaya ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan pemetakan hal-hal apa yang perlu mendapatkan perhatian lebih serta langkah-langkah dalam mewujudkannya.
- c) *Good Corporate Governance Manual Building*, tahap selanjutnya yaitu penyusunan manual oleh bantuan tenaga ahli independent luar perusahaan. Manual dibedakan menjadi manual untuk elemen-elemen perusahaan dan manual untuk keseluruhan anggota perusahaan, termasuk:
  - Kebijakan *good corporate governance* perusahaan
  - Pedoman *good corporate governance* bagi elemen-elemen perusahaan
  - Pedoman perilaku
  - *Audit committee charter*
  - Kebijakan disclosure dan transparansi
  - Kebijakan dan kerangka manajemen risiko
  - Roadmap implementasi

##### 2. Tahap Implementasi

Tahap selanjutnya yaitu memulai implementasi oleh perusahaan, tahap ini terdiri dari tiga langkah utama yaitu:

- 1) Sosialisasi, sebagai awal dalam memublikasikan terkait penerapan *good corporate governance* kepada elemen-elemen perusahaan oleh tim yang dibentuk khusus oleh perusahaan di bawah pengawasan direktur.
- 2) Implementasi, ini merupakan aktivitas yang sesuai dengan napa yang telah disusun dalam *good corporate governance* berdasarkan roadmap. Implementasi ini bersifat *topdown approach* yang berkaitan dengan

dewan komisaris dan direksi perusahaan serta adanya manajemen perubahan (*change management*) sebagai awal dari implementasi *good corporate governance*.

- 3) Internalisasi, ini mencakup banyak hal mengenai upaya-upaya dalam memperkenalkan *good corporate governance* di dalam kegiatan perusahaan dan berbagai kebijakan perusahaan. Tahap ini menjadi upaya bahwa *good corporate governance* tidak hanya sebagai sekedar kebijakan *superficial* atau hanya dipermukaan, tetapi diterapkan di tiap kegiatan perusahaan.

### 3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi diterapkan secara berkala dari waktu ke waktu sebagai upaya pengukuran efektivitas perusahaan dalam menerapkan *good corporate governance*. Evaluasi ini dapat berbentuk *assessment*, *audit* atau *scoring* yang dilakukan oleh konsultan jasa *audit*. Evaluasi ini sebagai ajang perbaikan serta pemetakan kembali capaian, situasi dan kondisi dalam menjalankan *good corporate governance* berdasarkan hasil dari informasi yang telah disusun.

#### 2.1.4.5 Mekanisme *Good Corporate Governance*

Kusmayadi et al. (2015, 15) menyatakan bahwa implementasi mekanisme *good corporate governance* menjadi salah satu cara dalam meminimalisir masalah-masalah yang timbul akibat dari adanya konflik keagenan. Mekanisme *good corporate governance* terbagi menjadi dua bagian yaitu mekanisme pengendalian internal dan mekanisme pengendalian eksternal.

1. Mekanisme pengendalian internal merupakan pengendalian perusahaan dengan menghasilkan kebijakan yang mengatur mengenai bagi hasil termasuk keuntungan, *return* ataupun resiko yang disepakati oleh pihak *principal* dan *agent*. Mekanisme pengendalian internal dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan karena dirancang untuk keseimbangan antara pemegang saham dan manajer. Pihak yang termasuk ke dalam pengendalian internal yaitu pemegang saham, direksi, dewan komisaris, manajer, karyawan sistem dan komite audit.
2. Mekanisme pengendalian eksternal merupakan pengendalian yang dilakukan oleh pasar seperti kontrol perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan asing dan tingkat pembiayaan utang karena itu menjadi salah satu cara mempengaruhi organisasi lain dengan mekanisme internal. Pihak eksternal tersebut antara lain kepemilikan institusional.

Kusmayadi dkk. (2015) menyatakan bahwa dalam literatur bidang akuntansi, keuangan, hukum dan ekonomi menjelaskan mengenai investor dapat memperoleh kepastian dalam memperoleh hasil investasi melalui berbagai mekanisme *good corporate governance*. Peranan khusus mekanisme *good corporate governance* dapat diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yaitu:

- 1) Mekanisme *governance* spesifik perusahaan, diatur dan dikendalikan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan memaksimalkan nilai pemegang saham.
- 2) Mekanisme *governance* spesifik negara, bersifat eksternal terhadap perusahaan. Mekanisme ini dinaungi oleh pemerintah dan institusi yang diakui secara luas dan membahas mengenai sistem hukum, kebudayaan dan standar juga praktik akuntansi.
- 3) Mekanisme *governance* pasar, didasari pada perkembangan pasar modal dan termasuk ke dalam pengendalian perusahaan.

Pada umumnya, mekanisme *governance* perusahaan mencakup struktur kepemilikan saham, pembiayaan perusahaan, auditing, komite audit, dewan pengurus dan kompensasi manajemen (Kusmayadi et al., 2015).

(Manossoh, 2016) menyatakan bahwa mekanisme *good corporate governance* berupa kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial dapat membatasi perilaku manajemen dalam melakukan *earnings management* yang berdampak pada peningkatan kualitas laporan keuangan perusahaan. Kepemilikan manajerial dapat mengurangi masalah keagenan sebagai upaya penyalarsan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Sedangkan kepemilikan institusional mampu mengendalikan pihak manajemen dalam meminimalisir tindakan manajemen laba.

Mekanisme *corporate governance* menjadi kunci sebagai proteksi investor eksternal (*outside investors*) baik pihak pemegang saham atau kreditur melalui

sistem yang legal. Dewan komisaris dan komite audit sebagai struktur dari *corporate governance* memiliki peranan yang penting dalam menjaga dan mengawasi kredibilitas proses penyusunan laporan keuangan. Berjalannya fungsi dewan komisaris dan komite audit secara efektif, maka akan terciptanya kontrol terhadap perusahaan yang secara tidak langsung mengurangi terjadi konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas (Rahmawati, 2012, 173).

Dalam membangun sistem pengawasan dan pengendalian yang efektif, perusahaan memerlukan komite audit dan komisaris independen juga mekanisme *corporate governance* yang meliputi mekanisme internal (kepemilikan manajerial) serta mekanisme eksternal (kepemilikan institusional) (Widyati, 2013).

#### **2.1.4.5.1 Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan (direksi, komisaris dan manager). Manajer memiliki peranan penting dalam melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan dan pengambilan keputusan. Dalam *good corporate governance*, kepemilikan manajerial berfungsi sebagai media pengawasan untuk meminimalisir tindakan manajemen laba dari manajer (Nugroho & Laily, 2019).

Manajerial terfokus meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan dengan teliti. Manajerial akan mengelola perusahaan dengan baik agar mendapatkan keuntungan bagi perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan para

pemegang saham. Kepemilikan manajerial menjadi salah satu mekanisme dalam mengelola perusahaan tetap sesuai dengan kepentingan pemilik perusahaan (Manossoh, 2016, 105).

Kepemilikan manajerial menjadi salah satu strategi dalam menyatukan kepentingan antara pihak *principal* dan *agent*, yang mana semakin meningkat proporsi kepemilikan manajerial maka semakin baik kinerja suatu perusahaan (Jensen & Meckling, 1976).

Kepemilikan manajerial merupakan hasil penjumlahan dari kepemilikan saham pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola atau persentase saham yang dimiliki oleh direktur dan komisaris. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

#### **2.1.4.5.2 Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh sebuah institusi dan berfungsi sebagai pengawas perusahaan. Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan atau lembaga seperti perusahaan reksa dana, perusahaan dana pensiun, perusahaan asuransi, perusahaan investasi dan yayasan swasta, wakaf atau badan lain yang mengelola uang atas nama orang lain (Zulfa & Marsono, 2023).

Kepemilikan institusional menjadi salah satu hal yang mempengaruhi kinerja perusahaan karena peranannya yang penting sebagai pengawas perusahaan. Kepemilikan saham dapat memberikan kekuatan atau bahkan menurunkan



keberhasilan suatu perusahaan dan kehadiran investor dapat menjadi pendorong pengawasan kinerja perusahaan yang lebih baik.

Keterlibatan investor institusional menjadi lebih efektif karena tidak akan terpengaruh terhadap tindakan manipulasi laba ketika dalam pengambilan keputusan. Kepemilikan institusional menjadi upaya meminimalisir konflik kepentingan yang terjadi pada perusahaan. Kepemilikan institusional berperan sebagai pengawas manajemen yang berpengaruh terhadap peningkatan pengawasan yang lebih optimal (Adnyani Sari et al., 2020).

Sutojo & Aldrige (2005, 217) menyatakan bahwa kepemilikan saham institusional memiliki beberapa peranan yang cukup signifikan, di antaranya:

- 1) Mengarahkan dan memonitor kegiatan bisnis perusahaan yang menjadi tempat berinvestasi,
- 2) Sumber informasi perusahaan, dan
- 3) Mengajukan suara dalam rapat-rapat pemegang saham.

Kepemilikan institusional diukur dari proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi. Kepemilikan institusional dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham institusional}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

#### **2.1.4.5.3 Komisaris Independen**

Komisaris independen merupakan pihak yang ditunjuk untuk mewakili para pemegang saham independen (pemegang saham minoritas) dengan latar belakang pengetahuan, pengalaman dan keahlian profesional dalam menjalankan tugas demi kepentingan perusahaan (Kusmayadi et al., 2015)

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Ayat (2) Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa komisaris independen dipilih dari pihak yang tidak ada hubungannya dengan pemegang saham utama, anggota direksi dan atau anggota dewan komisaris lainnya. Bursa Efek Indonesia (BEI) mengharuskan tiap emiten memiliki 30% komisaris independent dari anggota dewan komisaris.

Komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang tidak ada ikatan dengan anggota direksi, bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi tanggung jawabnya untuk berlaku secara independen atau bertindak sesuai dengan kepentingan perusahaan (Nugroho & Laily, 2019).

Komisaris independen dalam *good corporate governance* berlaku sebagai pemegang tanggung jawab dan wewenang dalam mengawasi kebijakan dan tindakan direksi, juga memberikan motivasi kepada direksi. Tugas lain yang perlu dijalankan oleh komisaris independen yaitu:

1. Menjamin transparansi laporan keuangan perusahaan,
2. Memperlakukan pemegang saham minoritas dan stakeholder lain secara adil,
3. Menyuarakan transaksi yang bertolak belakang dengan kepentingan secara wajar dan adil,
4. Mematuhi perundang-undangan dan kebijakan yang berlaku oleh perusahaan, dan
5. Menjamin akuntabilitas perusahaan.

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dalam menjalankan tugasnya, komisaris dapat meminta nasihat dari pihak ketiga atau membentuk komite khusus. Komisaris memiliki wewenang, di antaranya:

1. Komisaris independen mengetahui komite audit,
2. Komisaris independen berhak menyatakan pandangan yang tidak sama dari anggota komisari lain, berdasarkan pertimbangan yang wajar dan teliti. Perlu dicatat dalam catatan rapat Komite Komisaris dan dicantumkan dalam laporan tahunan.

Komisaris independen dihitung dari jumlah komisaris independen terhadap jumlah anggota dewan komisaris. Dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Komisaris Independen} = \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris}} \times 100\%$$

#### **2.1.4.5.4 Komite Audit**

Bapepam No. Kep-29/PM/2004 menjelaskan bahwa komite audit merupakan pihak yang membantu dewan komisaris dalam melakukan pengawasan pada kinerja perusahaan. Anggota komite audit diangkat dari anggota dewan komisaris yang tidak menjalankan fungsi eksekutif dan paling sedikit tiga anggota independen.

Komite audit bertanggung jawab terhadap penetapan auditor independen pada usulan manajemen. Komite audit bertugas sebagai pengawas internal perusahaan dan penyambung antara pemegang saham dan dewan komisaris dengan aktivitas pengendalian lain yang dilakukan oleh manajemen serta auditor internal dan eksternal agar tidak terjadi ketidaksesuaian informasi yang akan berdampak pada perusahaan yang merugi dan menurunkan nilai perusahaan (Sutojo & Aldrige, 2005, 130).

Komite audit memberikan kepastian bahwa perusahaan telah melaksanakan kebijakan menurut undang-undang dan peraturan yang berlaku juga melakukan kontrol yang efektif terhadap konflik kepentingan yang akan merugikan perusahaan dan menurunkan kinerja perusahaan (Adnyani Sari et al., 2020).

*Forum for Corporate Governance Indonesia (FCGI)* menyatakan bahwa komite audit bertugas memberikan suatu pandangan terhadap beberapa masalah akuntansi, antara lain:

1. Laporan Keuangan, komite audit memastikan bahwa laporan keuangan dibuat secara akurat oleh manajemen sebagai cerminan kondisi keuangan, strategi dan kewajiban jangka panjang perusahaan.
2. Tata kelola perusahaan, memastikan bahwa perusahaan telah menjalankan good corporate governance sesuai dengan undang-undang dan kebijakan yang berlaku. Komite audit juga memonitoring keuntungan hingga kecurangan yang dilakukan oleh para pekerja di perusahaan.

Pengawasan perusahaan, komite audit mengawasi hal-hal yang berdampak pada terjadinya risiko dan sistem pengendalian internal juga mengawasi proses pengawasan yang dilakukan oleh auditor internal.

$$\text{Komite Audit} = \sum \text{Anggota Komite Audit}$$

## **2.1.5 Corporate Social Responsibility (CSR)**

### **2.1.5.1 Definisi Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan etika bisnis perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab terhadap *stakeholder* dan *shareholder*. *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mengatakan bahwa:

*“the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local*

*community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.”*

WBCSD menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan sebuah bisnis yang berkomitmen dengan kontribusi pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para pegawai perusahaan, keluarga pegawai dan masyarakat sekitar sebagai bentuk peningkatan kualitas kehidupan.

*Corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap pihak berkepentingan dengan didasari nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku, meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan demi keberlangsungan perusahaan (Wibisono, 2016, 8).

Untung, (2014, 1) mengungkapkan bahwa:

*“Corporate social responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan tanpa mengabaikan kemampuan perusahaan dengan memerhatikan dan menghormati norma-norma yang berlaku di lingkungan sekitar demi keberlangsungan perusahaan.”

*Corporate social responsibility* memiliki dua konsep, yaitu pengertian secara luas dan pengertian secara sempit. Pengertian secara luas berkaitan dengan tujuannya mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*), termasuk tanggung jawab sosial dan akuntabilitas (*accountability*). sedangkan dalam arti sempit dapat diartikan bahwa *corporate social responsibility* tidak hanya berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan.

*Corporate social responsibility* menjadi salah satu bentuk afeksi perusahaan terhadap lingkungan selama melangsungkan aktivitas perusahaan, termasuk aktivitas usaha maupun aktivitas di luar usaha. Implementasi *corporate social responsibility* dapat berupa kegiatan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memberikan fasilitas yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar, pengadaan

beasiswa dan lain sebagainya. Pada dasarnya, tujuan dari CSR adalah untuk menaikan nilai perusahaan agar memberikan keuntungan dan berbagai manfaat bagi *stakeholder* dan *shareholder*.

*Corporate social responsibility* menjadi hal yang penting sebagai pengingat perusahaan bahwa keberlangsungan sebuah perusahaan tidak lepas dari peran lingkungan, maka perusahaan perlu terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan para *stakeholder*. Informasi mengenai *corporate social responsibility* dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan.

Perusahaan dikatakan bertanggung jawab atas sosial apabila memiliki visi atas kinerja operasional perusahaan yang tidak hanya menghasilkan profit namun turut mewujudkan dan meningkatkan kesejahteraan sosial. *Corporate social responsibility* menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk tempat berpihak perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta menjaga dari upaya prefentif dan represif yang kemungkinan muncul ekses negatif industrialisasi. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak hanya mempertimbangkan dari segi *financial* tetapi harus mempertimbangkan konsekuensi sosial di lingkungan saat ini maupun jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan etika bisnis perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab terhadap *stakeholder* dan *shareholder*. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mengatakan bahwa:

*“the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.”*

WBCSD menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan sebuah bisnis yang berkomitmen dengan kontribusi pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para pegawai perusahaan, keluarga pegawai dan masyarakat sekitar sebagai bentuk peningkatan kualitas kehidupan.

Wibisono (2016, 8) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai berikut:

“*Corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap pihak berkepentingan dengan didasari nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku, meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan demi keberlangsungan perusahaan.”

*Corporate social responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan tanpa mengabaikan kemampuan perusahaan dengan memerhatikan dan menghormati norma-norma yang berlaku di lingkungan sekitar demi keberlangsungan perusahaan (Untung, 2014:1).

*Corporate social responsibility* memiliki dua konsep, yaitu pengertian secara luas dan pengertian secara sempit. Pengertian secara luas berkaitan dengan tujuannya mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*), termasuk tanggung jawab sosial dan akuntabilitas (*accountability*). sedangkan dalam arti sempit dapat diartikan bahwa *corporate social responsibility* tidak hanya berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan.

*Corporate social responsibility* menjadi salah satu bentuk afeksi perusahaan terhadap lingkungan selama melangsungkan aktivitas perusahaan, termasuk aktivitas usaha maupun aktivitas di luar usaha. Implementasi *corporate social responsibility* dapat berupa kegiatan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memberikan fasilitas yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar, pengadaan

beasiswa dan lain sebagainya. Pada dasarnya, tujuan dari CSR adalah untuk menaikan nilai perusahaan agar memberikan keuntungan dan berbagai manfaat bagi *stakeholder* dan *shareholder*.

*Corporate social responsibility* menjadi hal yang penting sebagai pengingat perusahaan bahwa keberlangsungan sebuah perusahaan tidak lepas dari peran lingkungan, maka perusahaan perlu terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan para *stakeholder*. Informasi mengenai *corporate social responsibility* dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan.

Perusahaan dikatakan bertanggung jawab atas sosial apabila memiliki visi atas kinerja operasional perusahaan yang tidak hanya menghasilkan profit namun turut mewujudkan dan meningkatkan kesejahteraan sosial. *Corporate social responsibility* menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk tempat berpihak perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta menjaga dari upaya prefentif dan represif yang kemungkinan muncul ekses negatif industrialisasi. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak hanya mempertimbangkan dari segi financial tetapi harus mempertimbangkan konsekuensi sosial di lingkungan saat ini maupun jangka panjang.

#### **2.1.5.2 Manfaat dan Tujuan *Corporate Social Responsibility***

Setiawan et al. (2021) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dianggap sangat penting karena memiliki manfaat bagi perusahaan yang tidak hanya memenuhi kewajiban atas peraturan yang berlaku tetapi atas berbagai hal yang membawa manfaat bagi masyarakat sosial. Manfaat lain dalam penerapan *corporate social responsibility* yaitu:



- 1) Memberikan informasi kepada pihak investor,
- 2) Meningkatkan citra perusahaan,
- 3) Meningkatkan akuntabilitas perusahaan.
- 4) Meningkatkan profitabilitas dan kinerja keuangan,
- 5) Meningkatkan akuntabilitas, penilaian dan golongan investor,
- 6) Meningkatkan komitmen karyawan,
- 7) Meminimalisir konflik, dan.

Dalam menjalankan corporate social responsibility, terdapat tujuan dalam tiap penerapannya. (Nugroho & Laily, 2019) memaparkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki tujuan, antara lain:

- 1) Meningkatkan dan mengawasi citra perusahaan,
- 2) Memberikan artian lain mengenai hubungan perusahaan dengan masyarakat bahwa tidak hanya sebatas produsen dan konsumen, dan
- 3) Meningkatkan akuntabilitas karena adanya kontrak sosial perusahaan.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dijelaskan bahwa tujuan dari *corporate social responsibility* adalah untuk merealisasikan pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan, masyarakat setempat, masyarakat dan untuk perusahaan itu sendiri.

### **2.1.5.3 Ruang Lingkup Corporate Social Responsibility (CSR)**

John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya yang berjudul “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”, mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*.

Elkington menyatakan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan dengan single bottom line atau aspek ekonomi pada kondisi keuangannya saja, namun perlu adanya aspek lain. Gagasan tersebut juga mengemukakan bahwa jika perusahaan ingin berkelanjutan, maka perlu penerapan “3P” (*profit, people dan planet*). Dalam

mengejar profit, perusahaan perlu memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

### **1. Profit (Keuntungan)**

Keuntungan menjadi salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Perusahaan meningkatkan keuntungan dan harga saham setinggi mungkin menjadi salah satu tanggung jawabnya terhadap pemegang saham. Profit menjamin keberlangsungan suatu perusahaan dengan meningkatkan produktivitas dan efisiensi biaya agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dalam memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

### **2. People (Masyarakat)**

Masyarakat menjadi stakeholder yang perlu diperhatikan oleh perusahaan karena dukungan masyarakat berperan dalam keberlangsungan perusahaan. Perusahaan perlu memiliki komitmen bersama perusahaan, yang mana dalam kegiatan perusahaan akan berdampak pada masyarakat maka perusahaan perlu memberikan manfaat terhadap mereka. Tidak hanya kondisi keuangan yang dapat berpengaruh pada keberlangsungan perusahaan, namun hal lainnya seperti tanggung jawab sosial yang bersifat syarat perlu (*necessary condition*) perlu diperhatikan sebagai investasi perusahaan jangka Panjang.

### **3. Planet (Lingkungan)**

Lingkungan merupakan hal yang selalu berkaitan dengan aktivitas. Apabila lingkungan dijaga dengan baik, maka lingkungan akan memberikan manfaat yang baik pula meskipun tidak secara langsung. Lingkungan yang diperhatikan akan berdampak pada kesehatan, nyaman dan hal lain yang terjamin keberlangsungannya. Apabila lingkungan tidak diperhatikan, akan berakibat hingga kerugian perusahaan. Lingkungan yang tidak terawat akan mengakibatkan bencana, penyakit dan kerusakan lainnya yang berakibat pada ancaman kerugian yang tak ternilai bagi perusahaan.

Kondisi masyarakat bergantung pada ekonomi, kemudian ekonomi bergantung pada masyarakat dan lingkungan juga ekosistem global, keadaan ini dilakukan demi terciptanya *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan).

Rachman et al. (2011) ruang lingkup *corporate social responsibility* mengenai identifikasi isu-isu yang relevan dan membentuk skala prioritas, dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut antara lain:

- a. Tata kelola perusahaan,
- b. Hak asasi manusia,
- c. Praktik perburuhan,
- d. Lingkungan,
- e. Praktik operasional yang adil,
- f. Isu konsumen, dan
- g. Keterlibatan masyarakat dan pengembangannya.

#### **2.1.5.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pengungkapan itu sendiri memiliki arti penyajian informasi yang dimaksudkan kepada pihak berkepentingan. Pengungkapan *corporate social responsibility* bertujuan untuk melaporkan pertanggung jawaban sosial perusahaan dan mengungkapkan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu dalam bentuk informasi. Pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai ajang pelaporan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi perusahaan terhadap pihak berkepentingan dan masyarakat sekitar.

Pengungkapan *corporate social responsibility* diatur dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 66 dan Pasal 74. Pada pasal 66 ayat (2) bagian c menyatakan bahwa perusahaan wajib melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan keuangan. Sedangkan dalam pasal 74 ayat 74 mengungkapkan bahwa perusahaan wajib melangsungkan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Serta diatur dalam UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15

ayat c, pasal 27 dan pasal 34 bahwa setiap investor wajib ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan berdampak pada pengambilan keputusan para investor, karena investor mempertimbangkan banyak hal sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Investor memperhatikan informasi keuangan dan non-keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan.

#### **2.1.5.5 Pengukuran *Corporate Social Responsibility***

Pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* menggunakan pengukuran berdasarkan pada indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI mewakili *best practice* dalam pelaporan keberlanjutan publik secara global, mengenai kontribusi positif atau kontribusi negatif perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan. Standar dibuat untuk meningkatkan komprabilitas global dan kualitas informasi, sehingga memungkinkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan yang lebih tinggi.

GRI merupakan suatu badan yang didirikan di Boston pada tahun 1997 yang sekaligus pencetus standar pelaporan berkelanjutan pertama yang berlaku secara global dan disebut GRI Standar. Standar GRI disusun sebagai sistem standar yang saling berkaitan tersusun dari tiga seri, yaitu:

1. Standar universal: GRI 1, GRI 2 dan GRI 3
  - GRI 1: Landasan 2021, memperkenalkan tujuan dan sistem standar GRI serta menjelaskan konsep dasar dalam pelaporan keberlanjutan. Selain itu, GRI 1 menjelaskan berbagai macam prinsip dan

persyaratan dalam pelaporan yang harus dipatuhi oleh organisasi yang menyusun laporan menggunakan standar GRI.

- GRI 2: Pengungkapan Umum 2021, menjelaskan mengenai pengungkapan informasi dalam praktik pelaporan dan detail organisasi lainnya seperti kegiatan, tata kelola dan kebijakan. Informasi ini berisi tentang profil dan skala organisasi juga memberikan konteks untuk memahami dampak organisasi.
- GRI 3: Topik Material 2021, menyediakan panduan secara bertahap mengenai cara menentukan topik material serta mengungkapkan informasi tentang proses penentuan topik material, daftar topik material dan cara mengelola setiap topik.

## 2. Standar Sektor

Sektor menyediakan informasi mengenai hal yang berpotensi menjadi topik material mereka. Saat menentukan topik materialnya, organisasi menggunakan standar sektor yang berlaku dan menentukan informasi yang akan dilaporkan untuk topik material.

## 3. Standar Topik

Standar topik menjelaskan mengenai pengungkapan bagi organisasi dalam melaporkan informasi tentang dampaknya sehubungan dengan topik tertentu. Standar topik mencakup berbagai macam topik sesuai dengan daftar topik material yang telah ditentukan pada GRI 3.

Seiring berjalannya waktu, standar GRI mengalami perubahan mengikuti perubahan kondisi di lapangan. Standar pelaporan yang terbaru yaitu GRI G4 yang

diterbitkan oleh GRI tahun 2013. GRI G4 menjadi pembaruan dari standar GRI 3 bertujuan untuk membantu perusahaan untuk menyusun laporan keberlanjutan berisi mengenai informasi-informasi penting terkait isu-isu organisasi yang paling kritis. GRI G4 mencakup indikator yang berupa penjabaran dari CSR (susunan indikator terlampir). GRI G4 dibagi menjadi tiga kategori utama, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial yang terbagi menjadi beberapa sub yaitu praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggungjawab atas produk. GRI G4 terdiri dari 91 indikator kinerja dengan 9 aspek ekonomi, 34 aspek lingkungan, 16 aspek praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja, 12 aspek hak asasi manusia, 11 aspek masyarakat dan 9 aspek tanggung jawab atas produk.

**Tabel 2 1 Indikator *Global Reporting Initiative (GRI) G4***

<b>Kategori</b>	<b>Aspek</b>
Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja ekonomi</li> <li>- Keberadaan di pasar</li> <li>- Dampak ekonomi tidak langsung</li> <li>- Praktik pengadaan</li> </ul>
Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahan</li> <li>- Energi</li> <li>- Air</li> <li>- Keanekaragaman hayati</li> <li>- Emisi</li> <li>- Efluen dan limbah</li> <li>- Produk dan jasa</li> <li>- Kepatuhan</li> <li>- Transportasi</li> <li>- Total pengeluaran dan investasi</li> <li>- Asesmen pemasok atas lingkungan</li> </ul>
Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepegawaian</li> <li>- Hubungan industrial</li> <li>- Kesehatan dan keselamatan kerja</li> <li>- Pelatihan dan pendidikan</li> <li>- Keberagaman dan kesetaraan peluang</li> <li>- Kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki</li> </ul>

Kategori	Aspek
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan</li> <li>- Pengaduan masalah ketenagakerjaan</li> </ul>
Hak Asasi Manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investasi</li> <li>- Non-diskriminasi</li> <li>- Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama</li> <li>- Pekerja anak</li> <li>- Pekerja paksa atau wajib kerja</li> <li>- Praktik pengamanan</li> <li>- Hak adat</li> <li>- Asesmen</li> <li>- Pengaduan masalah hak asasi manusia</li> </ul>
Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masyarakat lokal</li> <li>- Warga anti-korupsi</li> <li>- Kebijakan publik</li> <li>- Anti persaingan</li> <li>- Aspek kepatuhan</li> <li>- Asesmen pemasok atas dampak pada masyarakat</li> <li>- Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat</li> </ul>
Tanggung Jawab atas Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesehatan dan keselamatan pelanggan</li> <li>- Pelabelan produk dan jasa</li> <li>- Komunikasi pemasaran</li> <li>- Privasi pelanggan</li> <li>- Kepatuhan</li> </ul>

Sumber: GRI 101: Landasan 2016

Konsep GRI-G4 memungkinkan perusahaan melakukan perhitungan biaya berdasar pada pengungkapan tiap perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diungkapkan perusahaan.

Perhitungan indeks CSR, dihitung berdasarkan deskripsi pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan dan/atau laporan berkelanjutan pada perusahaan yang terdaftar, dengan memberikan nilai berdasar pada indikator yang diungkapkan. Semakin besar indeks pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan.

Konsep GRI G4 memungkinkan perusahaan melakukan biaya berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian anatar jumlah pendapatan bersih dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan Mengukur indeks *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana:

$CSRI_j$  = *Corporate Social Responsibility Index* per kategori perusahaan j

$X_{ij}$  = Dummy variable;

1 = jika item i diungkapkan

0 = jika item i tidak diungkapkan

$N_j$  = Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 91$

## 2.1.6 *Intellectual Capital*

### 2.1.6.1 Definisi *Intellectual Capital*

Baron & Armstrong (2013, 4) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai sebuah sumber daya tak berwujud yang membersamai sumber daya berwujud (uang dan aset fisik) yang dapat meningkatkan nilai pasar atau nilai keseluruhan suatu bisnis.

*Intellectual capital* atau modal intelektual merupakan modal utama yang berasal dari wawasan dan kemampuan yang dimiliki oleh individu atau suatu organisasi, meliputi keahlian dan keterampilan serta teknologi sehingga berwujud aset intelektual yang bernilai tinggi dan berdampak pada nilai perusahaan.



PSAK 19 menyebutkan keberadaan *intellectual capital* sebagai aset tak berwujud meski tidak secara eksplisit. PSAK 19 menjelaskan bahwa aset tak berwujud merupakan aset nonmoneter yang dapat diidentifikasi dan minim wujud fisik. Dijelaskan juga bagaimana karakteristik aset tak berwujud dalam PSAK 19 dengan contoh ilmu pengetahuan, teknologi, hak kekayaan intelektual, lisensi, merk dagang, hak paten dan hak cipta lainnya.

*Intellectual capital* selalu berkaitan dengan pengetahuan intelektual yang dimiliki oleh karyawan perusahaan meliputi Pendidikan dan pengalaman. Lebih jauh dari itu, *intellectual capital* juga memiliki kaitan dengan aset perusahaan mengenai wawasan sebagai hasil transformasi pengetahuan dengan wujud aset *intellectual capital* perusahaan.

Masyarakat menilai efisiensi perusahaan dari *value added intellectual capital* (VAIC), dimana penggunaan kapasitas intelektual sumber daya perusahaan dipakai dalam kegiatan operasional perusahaan. Dalam perusahaan, *intellectual capital* memberikan *value added* yang berakibat pada unggulnya kompetitif ketika bersaing dan secara tidak langsung meningkatkan penjualan (Muziani et al., 2021)

#### **2.1.6.2 Komponen *Intellectual Capital***

Baron & Armstrong, (2013:5) mengatakan bahwa terdapat tiga komponen dalam *intellectual capital*, yaitu:

1. *Human capital*, pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan kapasitas dalam berkembang dan berinovasi yang dipresentasikan individu dalam suatu organisasi.
2. *Social capital*, struktur, jejaring dan prosedur yang dapat membuat individu mendapatkan dan mengembangkan *intellectual capital* yang diimplementasikan melalui simpanan dan aliran pengetahuan yang berasal dari hubungan di dalam dan di luar organisasi.

3. *Organizational capital*, pengetahuan institusional yang dimiliki suatu organisasi dan disimpan dalam database, manual dan sebagainya.  
Kusuma Astari (2020) menyatakan *intellectual capital* memiliki tiga

komponen, sebagai berikut:

1. *Human capital*, menunjukkan nilai tambah yang didapat melalui biaya yang keluar untuk tenaga kerja.
2. *Structural capital efficiency*, mempresentasikan nilai tambah yang didapat melalui hal yang berkaitan dengan *intellectual capital* seperti merk, hak paten dan lainnya.
3. *Capital employed efficiency*, menunjukkan penggunaan modal dan fisik untuk menciptakan nilai bagi perusahaan.

### 2.1.6.3 Pengukuran *Intellectual Capital*

*Intellectual capital* diukur berdasarkan *Value Added Intellectual Capital* (VAIC™) yang dinilai dari *capital employed* (VACE), *human capital* (VAHU) dan *structural capital* (STVA).

Metode VAIC™ menggunakan laporan keuangan perusahaan untuk menghitung efisiensi tiga jenis modal karena *intellectual capital* tidak menciptakan nilai dengan sendirinya. Tiga jenis modal yaitu:

1. *Human Capital*, meliputi pengalaman, produktivitas, pengetahuan dan kenyamanan karyawan dengan tempat kerja.
2. *Structure Capital*, meliputi hak paten, merk, strategi perusahaan dan lainnya.
3. *Capital Employed*, meliputi penggunaan modal finansial dan fisik dalam menciptakan nilai bagi perusahaan.

Aryuning dan Leny (2019) menyatakan bahwa formulasi dan tahapan perhitungan VAIC dijelaskan sebagai berikut:

- i) Menghitung Value Added (VA), selisih antara output dan input.

$$VA = OUT - IN$$

Dimana:

- *Output* (OUT) adalah total penjualan dan pendapatan lain.
  - *Input* (IN) adalah beban penjualan dan biaya-biaya selain beban karyawan
- ii) Menghitung Value Added Capital Employed (VACA), ini merupakan indikator VA yang dihasilkan oleh physical capital dan menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh tiap unit CE terhadap value added perusahaan.

$$VACA = VA / CE$$

Dimana:

- VACA adalah rasio dari VA terhadap CE
  - VA (*value added*) adalah selisih output dan input
  - CE (*capital employed*) adalah dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)
- iii) Menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU), menunjukkan seberapa banyak VA yang dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan pada tenaga kerja. Rasio ini pun menunjukkan kontribusi yang diinvestasikan tiap rupiahnya dalam HC terhadap *value added* perusahaan.

$$VAHU = VA / HC$$

Dimana:

- VAHU (*value added human capital*) adalah rasio dari VA terhadap HC
  - VA (*value added*) adalah selisih output dan input
  - HC (*human capital*) adalah beban karyawan
- iv) Menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA), rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan dalam menghasilkan tiap 1 rupiah dari value added serta mengindikasikan bagaimana keberhasilan SC dalam menghasilkan nilai perusahaan.

$$STVA = SC / VA$$

Dimana:

- STVA (*structural capital value added*) adalah rasio dari SC terhadap VA
  - SC (*structural capital*) adalah selisih value added dengan human capital
  - VA (*value added*) adalah selisih output dan input
- v) Menghitung *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAIC™), rasio ini mengukur kemampuan intelektual perusahaan atau *Business Performance Indicator* (BPI). VAIC™ merupakan hasil penjumlahan dari tiga komponen, yaitu: VACA, VAHU dan STVA

$$VAIC^{\text{TM}} = VACA + VAHU + STVA$$

## **2.1.7 Kinerja Perusahaan**

### **2.1.7.1 Definisi Kinerja Perusahaan**

Kinerja perusahaan salah satu hasil dari kerja manajemen dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan sebagai upaya mencapai tujuan perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek yang mempengaruhi, seperti dari aspek keuangan maupun aspek operasional. Kinerja perusahaan merupakan gambaran seluruh aktivitas yang berhubungan dengan kondisi keuangan perusahaan yang dapat menunjukkan baik buruknya kinerja perusahaan dalam periode tertentu dengan menggunakan alat-alat analisis keuangan.

Kinerja organisasi atau perusahaan merupakan pencapaian prestasi yang mencerminkan keberhasilan perusahaan atau sebagai hasil (*output*) dari proses yang dilakukan oleh seluruh elemen perusahaan terhadap sumber-sumber yang digunakan (*input*) (Tsauri, 2014, 33).

Kinerja perusahaan menjadi salah satu faktor penilaian efektivitas dan efisiensi suatu perusahaan untuk meraih tujuan (Tri, 2010). Dikatakan efektivitas apabila manajemen dapat memilih tujuan yang sesuai atau cara yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan efisiensi sebagai perbandingan antara masukan tertentu dan memperoleh keluaran yang optimal. Apabila perusahaan melakukan kegiatan operasional dengan tempo yang sangat intim, maka perusahaan sedang dalam proses peningkatan kinerja perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan.

Kinerja perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset, ekuitas ataupun hutang. Maka dari itu, kinerja perusahaan menjadi hal utama yang dipertimbangkan para investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Selain kepada investor, kinerja perusahaan bermanfaat bagi konsumen, komunitas, karyawan, kreditur dan lainnya.

Perusahaan diharuskan membuat pengungkapan kinerja keuangan berupa laporan keuangan secara transparan, karena hal ini berpengaruh terhadap kondisi perusahaan yang mengalami kemajuan atau kemunduruan. Penyajian laporan keuangan dilakukan dengan penuh (*full*), wajar (*fair*) dan memadai (*adequate*).

Hasil dari pencapaian kinerja menjadi dasar bagi manajemen dan pengelolaan perusahaan untuk memperbaiki kinerja perusahaan di periode berikutnya dan menjadi landasan pemberian penghargaan dan hukuman pada manajer dan anggota perusahaan. Selain itu, posisi keuangan dan data kinerja perusahaan keuangan di periode sebelumnya digunakan untuk berbagai pihak berkepentingan seperti pembayaran dividen, upah, fluktuasi harga sekuritas dan kemampuan untuk memenuhi hal lainnya yang disepakati dalam kontrak.

Kinerja perusahaan dapat diartikan sebagai prestasi yang dicapai oleh suatu perusahaan dalam melaksanakan tugas atau tujuannya sesuai dengan kebijakan yang berlaku. Kinerja memiliki empat aspek yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, yaitu:

- 1) Kemampuan,
- 2) Penerimaan tujuan perusahaan,
- 3) Tingkat tujuan yang dicapai, dan

- 4) Interaksi antara tujuan dan kemampuan para karyawan dalam perusahaan

### 2.1.7.2 Fungsi dan Tujuan Kinerja Perusahaan

Tsauri (2014:42) menjelaskan bahwa fungsi manajemen kinerja perusahaan pertama kali diungkapkan oleh Henry Fayol, industrialis asal Perancis pada awal abad ke-20, ia menyatakan bahwa ada fungsi manajemen kinerja organisasi yaitu merancang, mengorganisir, memerintah, mengordinasi dan mengendalikan. Fungsi tersebut diringkas menjadi empat fungsi pada saat ini, yaitu:

1. Perencanaan Kinerja (*Performance Planning*), perencanaan ditetapkan dari awal untuk menetapkan tujuan kinerja dan tujuan bagi perusahaan. Perencanaan kinerja harus memiliki unsur dan standar yang dapat diukur, dimengerti, diverifikasi, adil dan dapat dicapai. Perencanaan diidentifikasi dan ditentukan tingkat kinerja, sasaran dan perilaku dalam mencapai sasaran. Tujuan yang ditetapkan perlu memenuhi kriteria SMART, yaitu *spesifik* (tepat), *measurable* (dapat diukur), *achievable* (dapat dicapai), *result oriented* (berorientasi hasil) dan *time related* (terikat waktu)
2. Pengelolaan Kinerja, pengelolaan kinerja dituntut tanggung jawab tiap individu terhadap kinerja dalam rangka mengembangkan budaya kerja yang berorientasi pada hasil.
3. Evaluasi Kinerja (*Reviewing*), proses ini terdapat evaluasi atas hasil pencapaian kinerja serta sasaran yang telah ditentukan dan hasilnya menjadi umpan balik (*feedback*). Setelah evaluasi dilakukan penilaian kinerja (*performance appraisal*) secara menyeluruh dan menghasilkan gambaran akurat dari performa pekerjaan.
4. *Reward* dan *Punishment*, hal ini diberikan setelah melihat hasil realisasi kinerja agar menjadi motivasi dalam meningkatkan kinerja. Tidak hanya berupa *financial*, tetapi dapat berupa promosi, kesempatan pendidikan, dan lain-lain.

Tujuan adanya kinerja perusahaan adalah untuk meningkatkan kemampuan dan mendorong karyawan untuk meningkatkan motivasi kerja dalam menjalankan tugasnya dengan secara efektif, efisien dan produktif hingga memperoleh hasil kerja yang optimal.

### 2.1.7.3 Pengukuran Kinerja Perusahaan

Pengukuran kinerja dilakukan setiap periode tertentu bermanfaat untuk menilai kemajuan yang dicapai perusahaan dan memberikan informasi untuk pihak *stakeholder*. Kualitas kinerja perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan perusahaan menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan merupakan nilai yang diperoleh dari hasil perbandingan dari satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang relevan dan signifikan sehingga dapat memberikan informasi dan penilaian (Winarno, 2019).

Weston & Copeland (1995, 237) menyatakan bahwa dalam mengukur kinerja dapat dianalisis menggunakan tiga perhitungan rasio. Tiga macam perhitungan rasio tersebut antara lain:

1. Rasio Profitabilitas, ukuran efektivitas manajemen berdasarkan hasil pembagian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi.
2. Rasio Pertumbuhan, ukuran kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonomis pertumbuhan perekonomian dan dalam industri atau pasar tempat beroperasi.
3. Efisiensi Operasi, mengukur efektivitas keputusan-keputusan investasi perusahaan dan pemanfaatan sumber dayanya.

Rasio profitabilitas dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam mengelola perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas terdapat delapan ratio, yaitu:

- 1) *Gross Profit Margin*, untuk mengukur laba kotor dibandingkan dengan volume penjualan. Semakin besar nilainya semakin baik karena kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba kotor semakin besar.
- 2) *Operating Profit Margin*, untuk mengukur tingkat laba operasi dibandingkan dengan volume penjualan.



- 3) *Operating Ratio*, untuk mengukur keseluruhan harga jual dengan biaya operasi.
- 4) *Net Profit Margin*, untuk mengukur laba yang dihasilkan dalam setiap penjualan yang dihasilkan dan menggambarkan laba untuk para pemegang saham sebagai presentase dari penjualan.
- 5) *Earning Power to Total Investment (EPTI)*, untuk mengukur tingkat pengembalian atas total aktiva yang telah diinvestasikan.
- 6) *Return On Investment (ROI)*, mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah seluruh aktiva yang ada.
- 7) *Return On Equity (ROE)*, mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang ada bagi pemegang saham perusahaan. rasio ini juga dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan, apabila proporsi hutang makin besar maka rasio ini akan lebih besar.
- 8) *Earning Per Share (EPS)*, mengukur jumlah pendapatan per lembar saham biasa.

*Return on Equity (ROE)* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang sering digunakan para investor sebelum mengambil keputusan investasi karena menjelaskan mengenai bagaimana kemampuan perusahaan dalam mengelola modal untuk mendapatkan laba bersih. ROE memperlihatkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menghasilkan laba bersih, juga mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap nilai yang berada di dalam ekuitas. ROE menjadi salah satu indikator untuk mengukur kinerja perusahaan yang ditentukan

oleh serangkaian kebijakan perusahaan yang dipengaruhi faktor-faktor lingkungan. Semakin besar ROE yang dihasilkan maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memberikan keuntungan bagi para pemegang saham.

*Return on Equity* mengukur besarnya pengembalian terhadap investasi pemegang saham. Proporsi kinerja keuangan yang diukur dengan ROE dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

### 2.1.8 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2 2 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Lazuard Audy Ramadhan dan Nur Handayani (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel Dependen: Kinerja perusahaan Variabel Independen: - <i>Corporate social responsibility</i> - <i>Corporate governance perception index (CGPI)</i>	- <i>Corporate social responsibility</i> adanya pengaruh positif terhadap ROE dan ROA - <i>Good corporate governance</i> tidak berpengaruh terhadap ROE tetapi - <i>Good corporate governance</i> berpengaruh positif terhadap ROA.
2	Wendy Salim Saputra (2018)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai perusahaan Variabel Independen: - Komisaris independen - Komite audit - <i>Corporate social responsibility</i>	- Nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh komisaris independen. - Nilai perusahaan dipengaruhi oleh komite audit. - Nilai perusahaan tidak dipengaruhi

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			- <i>Intellectual capital</i>	oleh <i>corporate social responsibility</i> - Nilai perusahaan tidak dipengaruhi <i>intellectual capital</i> .
3	Aryuning Heryustitri dan Leny Suzan (2019)	Analisis <i>Intellectual Capital</i> dengan Metode Pengukuran <i>Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™)</i> Terhadap Kinerja Keuangan	Variabel Dependen: Kinerja keuangan Variabel Independen: - <i>Intellectual capital (VACA, VAHU dan STVA)</i>	Secara parsial menunjukkan bahwa VAHU memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan VACA dan STVA tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Secara simultan, VACA, VAHU dan STVA berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.
4	Amanda Ertica Nugroho dan Nur Laily (2019)	Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Barang dan Konsumsi di BEI	Variabel Dependen: Kinerja perusahaan Variabel Independen: - Kepemilikan institusional - Kepemilikan manajerial - Komisaris independent - Komite audit - <i>Corporate social responsibility</i>	- Kepemilikan institusional berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. - Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. - Komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. - Komite audit tidak berpengaruh

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>signifikan terhadap kinerja perusahaan.</p> <p>- <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan.</p>
5	Fransisco <i>et al</i> (2020)	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Variabel Dependen: Kinerja perusahaan Variabel Independen: - <i>Intellectual capital</i> - <i>Corporate social responsibility</i> - Komisaris independent	<p>- <i>Intellectual capital</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan.</p> <p>- <i>Corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.</p> <p>- <i>Good corporate governance</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.</p>
6	Nur Oktamayuni Waaqi'ah, Novi Mubyarto dan Mohammad Orinaldi (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2019	Variabel Dependen: Kinerja keuangan Variabel Independen: <i>Corporate social responsibility</i>	<p>- <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap ROA</p> <p>- <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap ROE.</p>
7	Riska Marlianita dan Antung Noor Asiah (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel Dependen: Kinerja perusahaan Variabel Independen: - <i>Corporate social responsibility</i> - <i>Intellectual capital</i>	<p>- <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan,</p> <p>- <i>Intellectual capital</i> berpengaruh</p>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.
8	Tati Rosyati dan Fina Fitriyana (2022)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan Variabel Independen: - Dewan komisaris - Komite audit - Dewan direksi - Komisaris independent - <i>Corporate social responsibility</i>	- Dewan komisaris memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. - Besarnya jumlah komite audit berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan. - Dewan direksi berpengaruh negative tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. - Proporsi komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. - <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan.
9	Valentina Panjaitan dan Donalson Silalahi (2022)	Pengaruh Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020	Variabel Dependen: Kinerja keuangan Variabel Independen: - Kepemilikan institusional - Kepemilikan manajerial - Dewan komisaris independen - Dewan direksi - Komite audit	- Kepemilikan institusional berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE). - Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>terhadap kinerja keuangan (ROE).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dewan komisaris independen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE).</li> <li>- Dewan direksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE).</li> <li>- Komite audit berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE).</li> </ul>
10	Wahyu Yusiningtyas dan Laeli Budiarti (2022)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG), <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Pemeringkat <i>Corporate Governance Perception Index</i> Tahun 2016-2019)	Variabel Dependen: Kinerja perusahaan Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Corporate governance perception index</i></li> <li>- <i>Corporate social responsibility</i></li> <li>- Ukuran perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Corporate governance</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan</li> <li>- Terdapat pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap kinerja perusahaan.</li> <li>- Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan.</li> </ul>
11	Amilatul Zulfa dan Marsono (2023)	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> ,	Variabel Dependen: Kinerja keuangan Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Intellectual capital</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Intellectual capital</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.</li> </ul>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<p>dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Corporate social responsibility</i></li> <li>- Dewan komisaris</li> <li>- Kepemilikan institusional</li> <li>- Dewan komisaris perempuan</li> <li>- Komite audit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.</li> <li>- Komisaris independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.</li> <li>- Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.</li> <li>- Dewan komisaris perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.</li> <li>- Komite audit berpengaruh positif tetapi tidak secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.</li> </ul>

## 2.2 Kerangka Pemikiran

### 2.2.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Kinerja Perusahaan

Salah satu prinsip yang penting pada *good corporate governance* yaitu transparansi atau keterbukaan. Transparansi tidak bisa terlaksana apabila minimnya informasi bagi pihak pemegang saham dapat memberi celah pihak manajemen

dalam melaksanakan manajemen laba untuk mengutamakan kepentingan sendiri. Selaras dengan teori keagenan (*agency theory*) mengenai adanya asimetri informasi, dimana manajemen (*agent*) memiliki informasi lebih banyak mengenai perusahaan dibandingkan pemegang saham (*principal*). Salah satu cara untuk meminimalisir masalah keagenan, perlu adanya kesetaraan kepentingan pemegang saham dan tidak ada perbedaan kepentingan antara pihak manajemen dan pemegang saham. Hal ini menjadikan kepemilikan manajerial memiliki fungsi sebagai penyatu kepentingan antara manajer dan pemegang saham agar tidak terjadi konflik sehingga manajer bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para pemegang saham.

Semakin tinggi kepemilikan saham oleh pihak manajemen, maka manajer memiliki tanggung jawab yang penuh terhadap perusahaan, sehingga pihak manajer akan melakukan hal-hal untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham dan meminimalisir terjadinya *agency conflict* untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Adnyani Sari et al., 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho & Laily (2019) yang mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Gunawan & Wijaya (2020) mengatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sejalan dengan penelitian oleh (Panjaitan & Silalahi, 2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepemilikan manajerial dengan kinerja perusahaan (ROE).



### 2.2.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan

Kepemilikan institusional merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh pihak pemerintah, institusi berbadan hukum, institusi asing dan lainnya. Kepemilikan institusional mampu menjadi pendorong peningkatan pengawasan yang lebih efektif, sebelum manajer mengambil keputusan, untuk meminimalisir adanya tindakan manajemen laba. Manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengelola perusahaan dan memperkecil terjadinya manajemen laba atau penyimpangan lain apabila lebih banyak pihak yang mengawasi. Dalam *good corporate governance*, kepemilikan institusional berfungsi sebagai salah satu alat untuk mengurangi *agency conflict*.

Berkaitan dengan teori keagenan, kepemilikan institusional berperan sebagai pengawas atas segala perilaku manajemen dalam menentukan segala keputusan yang berhubungan dengan perusahaan demi keputusan yang baik demi kemajuan kinerja perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional, maka semakin tinggi tingkat pengendalian yang dilakukan oleh pihak eksternal terhadap perusahaan. secara tidak langsung, *agency cost* di dalam perusahaan semakin berkurang dan kinerja perusahaan semakin meningkat. Semakin besar kepemilikan institusional dalam struktur kepemilikan perusahaan, maka semakin besar peran suara dan dorongan institusi dalam pengambilan keputusan dalam mengawasi manajemen, juga memberikan dorongan yang lebih besar untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Gunawan & Wijaya, 2020).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari & Fadrijh Asyik (2020), menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kinerja

perusahaan (ROE). Rosafitri (2017) dalam penelitiannya menjelaskan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROE. Secara parsial variabel kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, dikemukakan dalam penelitian (Sulaiman et al., 2021)

### **2.2.3 Pengaruh Komisaris Independen Terhadap Kinerja Perusahaan**

Komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang berasal dari luar emiten atau perusahaan, tidak memiliki kaitan dengan para pemegang saham mayoritas, komisaris atau direksi. Anggota dewan komisaris diwajibkan berlaku independen dalam menjalankan tugasnya terlepas dari pengaruh berbagai pihak yang memiliki perbedaan kepentingan dengan perusahaan. Komisaris independen menjadi perwakilan pemegang saham independen dan kepentingan lainnya. Sebagai implementasi dari *good corporate governance*, komisaris independen bertanggung jawab untuk mengawasi dan memberi nasihat kepada direksi.

Sehubungan dengan teori agensi, komisaris independen diharapkan dapat menjadi pengendali kegiatan operasional perusahaan dari terjadinya konflik dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, berdasarkan teori keagenan menyatakan bahwa komisaris independen menjadi penyeimbang kekuatan pihak manajer melalui mekanisme pengawasan.

Semakin banyak proporsi komisaris independen maka pengawasan terhadap perusahaan akan semakin tinggi, sejalan dengan hal itu maka kepentingan para stakeholders semakin terwakili selain kepentingan pemegang saham mayoritas dan

hal ini berdampak pada kinerja perusahaan (Arum dan Maswar, 2017). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil mengenai pengaruh komisaris independent terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Zulfa & Marsono (2023) menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diproksikan dengan ROE. Sejalan dengan penelitian oleh (A. Y. Sari et al., 2022) menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan ketika komisaris independen bekerja secara bertanggung jawab. Serta penelitian Panjaitan & Silalahi (2022) menyatakan adanya pengaruh komisaris independen terhadap kinerja perusahaan secara positif dan signifikan.

#### **2.2.4 Pengaruh Komite Audit Terhadap Kinerja Perusahaan**

Komite audit menjadi salah satu pendukung dewan komisaris sebagai penagawa maka tujuan komite audit tidak terpisah dari peran, kepentingan dan akuntabilitas dewan komisaris itu sendiri. Jika komite audit menjalankan perannya sesuai dengan tugas dan wewenangnya, maka akan membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Komite audit didasari oleh agensi teori yang selaras dengan prinsip *good corporate governance* yang menyatakan bahwa komite menjalankan fungsi pengawasan audit internal dan eksternal secara efektif. Hal itu menjadikan kontrol terhadap perusahaan menjadi lebih baik, sehingga dapat meminimalisir konflik

keagenan yang terjadi akibat kepentingan manajemen dalam meningkatkan kesejahteraannya sendiri.

Menurut teori keagenan, komite audit dapat berpreran sebagai pengurang permasalahan agensi dengan mengoptimalkan proses pengawasan terutama dalam hal penyampaian informasi kepada pemegang saham. Komite audit bertanggung jawab dalam memastikan laporan keuangan memuat informasi yang disajikan oleh para pemegang saham dan pihak lain yang membutuhkan.

Hasil dari penelitian yang telah ada, (Panjaitan & Silalahi, 2022) menyatakan bahwa komite audit berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROE. (Kurnianto et al., 2019) juga mengatakan bahwa komite audit memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Serta penelitian dari Muzahid dkk. (2023) selaras mengatakan bahwa komite audit secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROE tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan secara parsial.

#### **2.2.5 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan**

*Corporate social responsibility* merupakan pengungkapan informasi dalam laporan tahunan mengenai hal yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan. Untuk mempertahankan keberlanjutan perusahaan, perlu adanya dukungan stakeholder dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Semakin kuat dukungan dari pihak stakeholder maka hubungan dan adaptasi dengan stakeholder

semakin kuat, sehingga perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan secara berkelanjutan menjamin kegiatan operasional perusahaan berada dalam batas dan norma yang tidak bertentangan dengan masyarakat. Korelasi lain antara teori legitimasi dengan *corporate social responsibility* yaitu perusahaan memiliki kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dalam menjalankan kegiatan operasional. Perlu adanya pelaporan mengenai perusahaan telah beroperasi dalam perilaku sesuai dengan norma sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusiningtyas & Budiarti (2022) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan karena semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* maka tingkat ROE akan semakin tinggi, menurut penelitian Ramadhan & Handayani (2018). Marlianita & Asiah (2021) dalam penelitiannya membuktikan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### **2.2.6. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan**

*Intellectual capital* merupakan aset tak berwujud dengan gabungan antara faktor manusia, proses dan pelanggan yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Teori yang mendasar untuk menjelaskan hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan yaitu teori stakeholder. Perusahaan

perlu mengelola kekayaan yang dimiliki agar mendapatkan keuntungan sebagai bukti pemenuhan keinginan stakeholder. Pengelolaan yang baik atas seluruh potensi perusahaan dapat menciptakan *value added* yang kemudian mendorong peningkatan kinerja perusahaan. Segala kekayaan yang dimiliki perusahaan perlu diimbangi dengan sumber daya manusia yang memadai agar pengelolaan aset berjalan dengan optimal dan tercapainya keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori stakeholder mengungkapkan bahwa perusahaan dapat meningkatkan laba dengan meningkatkan *intellectual capital* akan meningkatkan kepercayaan para stakeholder.

Berdasarkan teori stakeholder, *intellectual capital* dapat dipandang dari dua sisi yaitu bidang etika dan manajerial. Bidang etika menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperlakukan tiap stakeholder secara adil. Sedangkan pada pandangan manajerial, perusahaan perlu mengelola seluruh sumber daya yang ada sehingga dapat menambah nilai bagi perusahaan dan akan mendorong peningkatan kinerja perusahaan. Semakin baik perusahaan melakukan pengelolaan *intellectual capital*, maka hasilnya akan terjadi peningkatan pada kinerja perusahaan Syafi (2020).

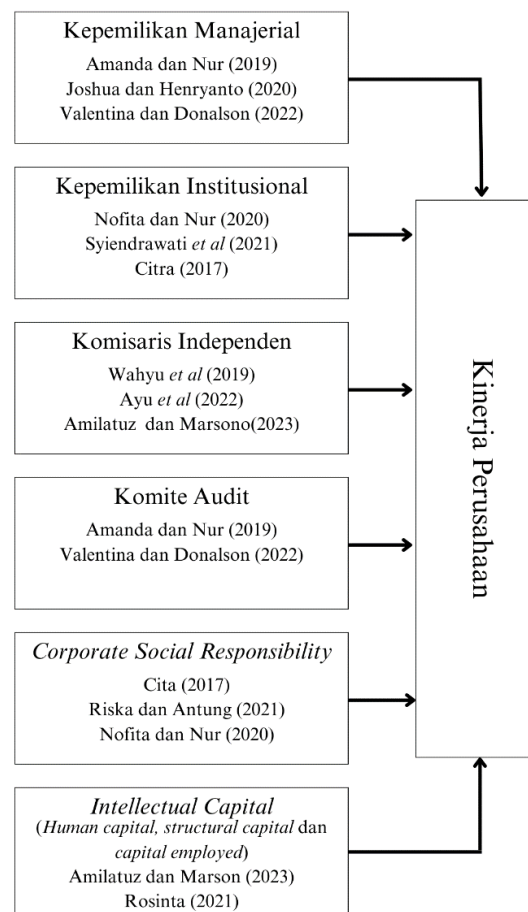
Penelitian yang sudah ada mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif pada *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan seperti penelitian oleh Rahmadani & Panggabean (2021) karena perusahaan memanfaatkan dan memaksimalkan komponen VAIC™. *Intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diprosikan dengan ROE diungkapkan

pula oleh Marlianita & Asiah (2021). *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan selama kegiatan produksi perusahaan berjalan dengan efisien.

### 2.3 Paradigma Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran, maka dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:

**Gambar 2 1 Paradigma Penelitian**



### 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Mekanisme *Good*

*Corporate Governance, Penerapan Corporate Social Responsibility dan Intellectual Capital Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Consumer Cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)*”,  
adalah:

- H<sub>1</sub> = Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- H<sub>2</sub> = Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- H<sub>3</sub> = Komisaris independen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- H<sub>4</sub> = Komit audit berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- H<sub>5</sub> = *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- H<sub>6</sub> = *Intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.