

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan seluruh bahan bacaan yang sudah dipublikasikan maupun sebagai koleksi pribadi yang dibaca dan dianalisis. Kajian pustaka merupakan kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi berbagai pengetahuan (Sugiyono, 2019:58). Peneliti akan memaparkan teori-teori yang diperlukan dalam penelitian ini yang dimulai dari teori secara umum hingga teori secara khusus. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pengertian Manajemen, Manajemen Keuangan serta teori-teori yang mendukung penelitian berupa Nilai Perusahaan, Tata Kelola, Profitabilitas, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

2.1.1 Pengertian Manajemen

Menurut pendapat ahli Irham Fahmi (2018:2) menyatakan bahwa manajemen adalah suatu ilmu yang mempelajari secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan dan mengelola orang-orang dengan berbagai latar belakang berbeda-beda untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Malayu S.P Hasibuan (2016:9) manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia maupun sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut Terry, George R (2016:3) *management is a process of framework involving the guidance or direction of a group of people toward organizational goals or real*. Artinya yaitu, manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud nyata.

Menurut Kotler (2016:59) *management is a set of processes that can keep a complicated system of people and technology running smoothly. The most important aspects of management include planning, budgeting, organizing, staffing, controlling, and problem solving*. Artinya yaitu, manajemen merupakan serangkaian proses yang dapat membuat orang-orang dan teknologi berjalan lancar. Aspek terpenting dalam manajemen meliputi perencanaan, penganggaran, pengorganisasian, pegawai, mengendalikan dan pemecahan masalah.

Pendapat lainnya oleh Robbins (2016:32) *management is the process of getting things done, effectively and efficiently with and through other people*. Artinya manajemen adalah proses menyelesaikan sesuatu secara efektif dan efisien dengan dan melalui orang lain.

Berdasarkan beberapa definisi manajemen yang telah dipaparkan di atas, Peneliti sampai pada pemahaman bahwa manajemen merupakan suatu proses pencapaian tujuan dari perusahaan secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan sumber daya pada suatu perusahaan. Manajemen memiliki beberapa tahapan dalam mencapai tujuannya yaitu melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

2.1.1.1 Fungsi Manajemen

Pendapat yang dikemukakan Terry, George R (2016:21) yang dialihbahasakan oleh Sukarna (2016:10) menyatakan bahwa fungsi manajemen sebagai berikut :

1. Perencanaan (*Planning*)

Proses yang menyangkut upaya untuk mengantisipasi kecenderungan di masa depan dengan penentuan strategi dan taktik untuk mewujudkan target serta tujuan organisasi.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik dalam sebuah struktur organisasi dengan memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan organisasi.

3. Pengarahan (*Actuating*)

Proses implementasi program untuk dapat dijalankan oleh seluruh pihak pada organisasi dengan memotivasi semua karyawannya dalam menjalankan tanggung jawab dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Proses untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan dan diimplementasikan dengan harapan dapat berjalan sesuai dengan target meskipun adanya berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis.

Pendapat lain yang dikemukakan oleh T. Hani Handoko (2015:23) menyatakan bahwa terdapat lima pokok fungsi manajemen yaitu, *Planning*, *Organizing*, *Staffing*, *Leading* dan *Controlling*.

Berdasarkan penjelasan di atas, Peneliti sampai pada pemahaman bahwa fungsi-fungsi manajemen sangat menentukan terwujudnya tujuan suatu organisasi atau perusahaan yang telah ditetapkan. Adanya fungsi-fungsi manajemen yang berhubungan dengan jalannya kegiatan operasional perusahaan dapat memberikan kontribusi bagi keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya secara efektif dan efisien.

2.1.1.2 Bidang-Bidang Manajemen

Menurut pendapat ahli Hasibuan (2016:23) terdapat empat bidang dalam manajemen bisnis yang dapat berkembang sesuai dengan skala perusahaan, yaitu:

1. Pemasaran (*Marketing*)

Manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan.

2. Operasional (*Operational*)

Manajemen operasional adalah satu dari tiga fungsi utama dari setiap organisasi yang sangat erat hubungannya dengan fungsi bisnis lainnya. Hal itu dikarenakan semua organisasi menjual, menghitung, dan memproduksi untuk mengetahui cara segmentasi manajemen operasional pada fungsi-fungsi organisasi.

3. Sumber Daya Manusia (*Human Resource*)

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menerangkan keanekaragaman aktivitas-aktivitas penarikan, pengembangan, dan mempertahankan tenaga kerja perusahaan untuk tetap berbakat dan bersemangat dengan proses menyangkut penarikan tenaga kerja, mengembangkan kualitas tenaga kerja, mengelola perencanaan, rekrutmen dan seleksi, mengelola orientasi, pelatihan dan pengembangan serta perencanaan karier.

4. Keuangan (*Financial*)

Manajemen keuangan adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis mampu mencapai tujuan secara ekonomis dengan diukur berdasarkan profit atau laba.

Berdasarkan penjelasan ahli yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa bidang manajemen yang ada di dalam perusahaan terbagi menjadi empat bidang yaitu, pemasaran, operasional, sumber daya manusia dan keuangan.

2.1.2 Manajemen Keuangan

Menurut pendapat ahli Agus, Harjito dan Martono (2014:4) manajemen keuangan merupakan segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh. Menurut Irham Fahmi (2018:51) manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan

membagi dana dengan tujuan memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

Menurut Gitman, Lawrence J. dan Zutter, Chad J (2015:4) *finance can be defined as the art and science of managing money. Virtually all individuals and organizations earn or raise money and spend or invest money. Finance is concerned with the process, institutions, markets, and instrument involved in the transfer of money among and between individuals, business, and government.* Artinya yaitu, keuangan sebagai suatu seni dan ilmu pengetahuan dari pengelolaan uang. Setiap individu dan organisasi menghasilkan uang dan membelanjakan atau menginvestasikan uang. Keuangan berhubungan dengan proses, institusi, pasar dan instrumen yang terlibat dalam perpindahan atau transfer uang antara individu, bisnis dan pemerintah.

Menurut Brigham & Houston (2019:4) *financial management, also called corporate finance, focuses on decisions relating to how much and what types of assets to acquire, how to raise the capital needed to purchase assets, and how to run the firm so as to maximize its value.* Artinya, manajemen keuangan juga disebut keuangan perusahaan, berfokus pada keputusan yang berkaitan dengan berapa banyak dan jenis aset apa yang harus diperoleh, bagaimana meningkatkan modal yang dibutuhkan untuk membeli aset, dan bagaimana menjalankan perusahaan sehingga dapat memaksimalkan nilainya.

Menurut Melicher & Norton (2019:2) *financial management studies how a business should manage its assets, liabilities, and equity to produce a good or service. Whether or not a firm offers a new product or expands production, or how*

to invest excess cash, are examples of decisions that financial managers are involved with. Financial managers are constantly working with financial institutions and watching financial market trends as they make investment and financing decisions. Artinya, Manajemen keuangan mempelajari bagaimana suatu bisnis harus mengelola aset, kewajiban, dan ekuitasnya untuk menghasilkan barang atau jasa. Apakah suatu perusahaan menawarkan produk baru atau memperluas produksi, atau bagaimana menginvestasikan kelebihan uang tunai, adalah contoh keputusan yang melibatkan manajer keuangan. Manajer keuangan terus bekerja sama dengan lembaga keuangan dan mengamati tren pasar keuangan saat mereka membuat keputusan investasi dan pembiayaan.

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, Peneliti sampai pada pemahaman bahwa manajemen keuangan adalah salah satu ilmu dan seni sebagai fungsi manajemen terhadap segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan dalam memperoleh sumber dana, menggunakan dana dan perolehan aset sesuai dengan tujuan perusahaan.

2.1.2.1 Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen dalam suatu perusahaan menurut Home dan Wachowicz Jr. (2014:2) memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah fungsi manajemen keuangan yang sangat penting dalam menunjang pengambilan keputusan untuk berinvestasi karena menyangkut tentang memperoleh dana investasi secara efisien dengan komposisi aset harus dikurangi atau dipertaruhkan.

2. Keputusan Pendanaan (Pembayaran Dividen)

Pada prinsipnya, manajemen keuangan sebagai keputusan pendanaan menyangkut tentang keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan harus dibagikan kepada pemegang saham atau disimpan untuk pembiayaan investasi dimasa depan.

3. Keputusan Manajemen Aset

Keputusan manajemen aset adalah fungsi manajemen keuangan menyangkut tentang keputusan alokasi dana atau aset, komposisi dana yang harus dipertahankan dan penggunaan modal baik dari dalam perusahaan atau dari luar perusahaan.

Menurut Irham Fahmi (2018:3) fungsi mengenai manajemen keuangan sebagai pedoman bagi manajer perusahaan dalam setiap pengambilan keputusan yang dilakukan. Artinya, seorang manajer keuangan boleh melakukan terobosan dan kreativitas berpikir dengan tetap tidak mengesampingkan kaidah yang berlaku dalam ilmu manajemen keuangan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, Peneliti sampai pada pemahaman bahwa fungsi manajemen keuangan dapat dikatakan sebagai pedoman bagi manajer untuk berbagai macam kegiatan yang diperlukan manajer seperti pengambilan keputusan untuk menindaklanjuti sebuah aktivitas dalam pemanfaatan serta pengalokasian keuangan perusahaan.

2.1.2.2 Tujuan Manajemen Keuangan

Menurut Anwar (2019:5) tujuan manajemen keuangan adalah agar perusahaan dapat mengelola sumber daya yang dimiliki terutama dari aspek

keuangan sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal dan pada akhirnya dapat memaksimumkan kesejahteraan pemegang saham.

Menurut Irham Fahmi (2018:4), terdapat 3 tujuan dari manajemen keuangan yaitu:

1. Memaksimumkan nilai perusahaan.
2. Menjaga stabilitas finansial dalam keadaan yang selalu terkendali.
3. Memperkecil resiko perusahaan dimasa sekarang dan masa yang akan datang.

Berdasarkan tiga tujuan manajemen keuangan menurut Irham Fahmi (2018:4), tujuan yang paling utama yaitu memaksimumkan nilai perusahaan. Tujuan manajemen keuangan yang dipaparkan Sutrisno (2017:4) yaitu meningkatkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan.

Berdasarkan pengertian di atas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa, tujuan manajemen keuangan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan meningkatkan kemakmuran pemegang saham dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Tujuan manajemen keuangan umumnya ditujukan dengan permintaan saham di pasar modal, tingginya permintaan saham yang nantinya akan meningkatkan harga sahamnya. Tujuan manajemen keuangan membuat manajer dituntut untuk membuat berbagai strategi dalam mendapatkan keuntungan serta memakmurkan pemegang saham.

2.1.2.3 Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan

Prinsip-prinsip mengenai manajemen keuangan yang dikemukakan oleh Home dan Wachowicz Jr. (2014:5), sebagai berikut:

1. Prinsip *Self Interest Behavior*

Prinsip ini mengatakan “*people act in their own financial self interest*”. Artinya yaitu, orang akan lebih memilih tindakan yang memberikan keuntungan (secara keuangan) terbaik bagi dirinya.

2. Prinsip *Risk Aversion*

Prinsip ini mengatakan “*when all is equal, people prefer higher return and lower risk*”. Artinya yaitu, ketika dihadapkan pada pilihan yang sama orang akan memilih alternatif rasio keuntungan dengan (*return*) tinggi dan risiko (*risk*) yang rendah.

3. Prinsip *Diversification*

Prinsip ini mengatakan “*diversification is beneficial*”. Prinsip ini mengajarkan bahwa tindakan diversifikasi akan menguntungkan karena dapat meningkatkan rasio antara keuntungan dengan risiko.

4. Prinsip *Two Sided Transactions*

Prinsip ini mengatakan “*each financial transaction has at least two sides*”. Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam mempelajari dan membuat keputusan keuangan tidak hanya melihat dari sisi kita saja, tetapi juga mencoba melihat dari sisi lawan transaksi kita.

5. Prinsip *Incremental Benefit*

Prinsip ini mengatakan “*financial decisions are based on incremental benefit*”. Prinsip ini mengajarkan bahwa keputusan keuangan harus didasarkan pada selisih antara nilai dengan suatu alternatif dan nilai tanpa adanya alternatif.

6. Prinsip *Signaling*

Prinsip ini mengatakan “*actions convey information*”. Prinsip ini mengajarkan bahwa setiap tindakan mengandung informasi.

7. Prinsip *Capital Market Efficiency*

Prinsip ini mengatakan “*capital market are efficient*”. *Capital market* atau pasar modal yang efisien adalah pasar modal dengan harga aktiva finansial dengan mencerminkan seluruh informasi keuangan dan dapat menyesuaikan diri secara cepat terhadap informasi baru.

8. Prinsip *Risk-Return Trade-Off*

Prinsip ini mengatakan “*there is a trade-off between risk and return*”. Prinsip ini mengajarkan bahwa saat kita menginginkan keuntungan yang besar, maka kita harus bersiap untuk menanggung yang risiko besar atau “*high risk, high return*”.

9. Prinsip *Option*

Prinsip ini mengatakan “*option is valuable*”. *Option* atau opsi adalah suatu hak tanpa kewajiban untuk melakukan sesuatu. Prinsip *option* ini menjadi dasar pengembangan sekuritas turunan (*derivative security*) *option* berguna untuk melakukan *hedging* (lindung nilai).

10. Prinsip *Time Value of Money*

Prinsip ini mengatakan “*time has a time value*”. Prinsip ini mengajarkan bahwa uang yang kita terima hari ini tidak sama nilainya dengan uang yang akan kita terima bulan depan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, Peneliti sampai pada pemahaman bahwa manajemen keuangan memiliki sepuluh prinsip mengenai perolehan keuntungan dari pengorbanan yang telah diberikan.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Menurut ahli Irham Fahmi (2018:139) nilai perusahaan adalah memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan hingga membuat para investor ingin membeli saham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham.

Menurut Harmono (2017:233) nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal dengan merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Agus, Harjito dan Martono (2014:13) memaksimumkan nilai perusahaan disebut sebagai memaksimumkan kemakmuran pemegang saham (*stakeholder wealth maximization*) atau memaksimumkan harga saham biasa dari perusahaan (*maximizing the price of the firm's common stock*).

Menurut M. James Wahlen dan P. Stephen Baginski (2015:4) *value the firm is financial analysts use their estimates of share value to make recommendations for buying, selling, or holding the equity securities of various firms whose market price they think is too low, too high, or about right*. Artinya yaitu, nilai perusahaan dikatakan sebagai analis keuangan dengan menggunakan estimasi nilai saham mereka untuk membuat rekomendasi untuk membeli, menjual, atau memegang

sekuritas ekuitas dari berbagai perusahaan yang harga pasarnya mereka pikir terlalu rendah, terlalu tinggi, atau hampir benar.

Menurut Eugene F. Brigham dan Phillip R. Daves (2019:19) *company value is defined as market value because company value can provide maximum shareholder property if the company's share price increases*. Artinya yaitu, nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat.

Menurut Gitman, Lawrence J. dan Zutter, Chad J (2015:205) *company value is the actual value per share that will be received if the company's assets are sold according to share price*. Artinya yaitu, nilai perusahaan adalah nilai sebenarnya per-saham yang akan diterima jika aset perusahaan dijual sesuai harga saham.

Berdasarkan uraian di atas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa, nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, nilai perusahaan merupakan nilai atas investasi dan biasanya dalam bentuk kas dengan harapan mampu memberikan hasil bagi para pemilik modal.

2.1.3.1 Tujuan Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2018:7) teori-teori di bidang keuangan memiliki satu fokus yaitu, memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the shareholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai perusahaan (*market value of firm*). Perusahaan yang telah dinyatakan *go public*, dalam memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan

memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
2. Mempertimbangkan faktor risiko.
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

2.1.3.2 Konsep Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2017:235) terdapat beberapa konsep nilai perusahaan yang menjelaskan mengenai nilai perusahaan:

1. Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan dengan disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan tertulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai pasar (kurs), adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai intrinsik, merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep intrinsik bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dikemudian hari.

4. Nilai buku, merupakan nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
5. Nilai likuiditas, merupakan nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa yang dihasilkan dari pengurangan aset perusahaan terhadap seluruh kewajiban merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuiditas dapat dihitung melalui performa neraca yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

2.1.3.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran rasio nilai perusahaan menurut M. James Wahlen dan P. Stephen Baginski (2015:6) yaitu *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV), Tobin'S Q dapat dilihat pada uraian sebagai berikut:

Adapun penjelasan dari rasio nilai perusahaan ini adalah sebagai berikut:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Sutrisno (2017:214) *Price Earning Ratio* (PER) adalah perbandingan antara harga pasar perusahaan dengan *Earning Per Share* dalam saham. *Price Earning Ratio* (PER) menunjukkan seberapa banyak investor bersedia membayar untuk setiap laba yang dilaporkan. Semakin besar *Price Earning Ratio* (PER) suatu saham maka harga saham tersebut semakin mahal terhadap pendapatan bersih per sahamnya. Rasio *Price Earning Ratio* (PER) merupakan rasio yang memperlihatkan tingkat pertumbuhan perusahaan. Perolehan tingginya nilai *Price Earning Ratio* (PER) mampu mencerminkan prospek pertumbuhan perusahaan yang baik dengan risiko rendah.

Berikut merupakan rumus untuk mengukur *Price Earning Ratio* (PER) menurut Irham Fahmi (2018:138):

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

Keterangan:

PER = *Price Earning Ratio*

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

EPS = *Earning Per Share* atau laba per saham

2. *Price Book Value* (PBV)

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:157) *Price Book Value* (PBV) merupakan rasio yang menggambarkan sebesar besar pasar menghargai nilai buku suatu saham. Besarnya rasio *Price Book Value* (PBV) dapat menggambarkan kepercayaan pasar dan prospek perusahaan tersebut, rasio *Price Book Value* (PBV) menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin besar perolehan rasio *Price Book Value* (PBV) dapat menunjukkan semakin besarnya nilai pasar (*market value*) dibandingkan nilai buku (*book value*).

Berikut merupakan rumus untuk mengukur *Price Book Value* (PBV) menurut Irham Fahmi (2018:138) yang dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

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

BPS = *Book Price Per Share* atau nilai buku per saham

3. Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian. Konsep rasio Tobin's Q lebih unggul dibandingkan dengan rasio nilai pasar terhadap nilai buku, karena rasio ini berfokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Praktik rasio Tobin's Q sulit untuk di hitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah.

Berikut merupakan rumus untuk mengukur rasio nilai perusahaan Tobin's Q menurut Irham Fahmi (2018:138):

$$Tobin's\ Q = \frac{MVE + D}{BVA}$$

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan Tobin's Q

MVE = *Market Value Equity* atau Nilai Pasar Ekuitas

BVA = *Book Value Assets* Nilai buku dari total aktiva

D = *Debt* atau hutang

2.1.4 Tata Kelola Perusahaan

Pengertian Tata Kelola Perusahaan menurut Arnold (2013:17) *Corporate governance means the system by which companies are managed and controlled. It's main focus is on the responsibilities and obligations placed on the executive directors and non-executive directors, and on the relationships between the firm's owners, the board of directors and the top tier managers. The interaction between these group leads to the defining of the corporate objective, the placing of*

constraints on managerial behavior and the setting of targets and incentive payments based on achievement. Artinya yaitu, tata kelola perusahaan merupakan sistem pelaksanaan yang dikelola dan dikendalikan. Fokus utamanya pada tanggung jawab dan kewajiban yang ditempatkan pada direktur eksekutif dan direktur non-eksekutif, hubungan antara pemilik perusahaan, dewan direktur dan manajer tingkat atas. Interaksi antara kelompok-kelompok ini mengarah pada penentuan tujuan perusahaan, penempatan kendala pada perilaku manajerial dan penetapan target dan pembayaran insentif berdasarkan pencapaian.

Menurut Gitman, Lawrence J. dan Zutter, Chad J (2015:20) mendefinisikan *Corporate Governance refers to the rules, process and laws by which companies are operated, controlled and regulated.* Artinya yaitu, tata kelola perusahaan mengacu pada aturan, proses dan hukum dimana perusahaan di aplikasi, dikendalikan, dan diatur.

Berdasarkan definisi di atas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa, Tata Kelola Perusahaan merupakan suatu rangkaian aturan atau tata kelola perusahaan yang mengatur antar pihak berkepentingan pada perusahaan, baik pihak internal maupun eksternal perusahaan guna menciptakan iklim usaha yang kondusif agar mendorong terciptanya kinerja manajemen secara baik dan adil untuk tetap menjaga kelangsungan hidup perusahaannya (*going concern*).

2.1.4.1 Prinsip-Prinsip Tata Kelola Perusahaan

Komite Nasional Kebijakan *Governance* telah mengeluarkan Pedoman Umum Tata Kelola Perusahaan Indonesia. Pedoman Tata Kelola Perusahaan merupakan panduan yang digunakan bagi perusahaan dalam membangun,

melaksanakan dan mengkomunikasikan praktik Tata Kelola Perusahaan kepada pemangku kepentingan. Pedoman tersebut KNKG (Komite Nasional Kebijakan *Governance*) tahun 2012, Sukrisno Agoes (2014:103) memaparkan azas-azas Tata Kelola Perusahaan yaitu transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), responsibilitas (*responsibility*), independensi (*independency*), kewajaran dan kesetaraan (*fairness*). Penjelasan mengenai azas-azas tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Transparansi (*Transparency*)

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya untuk menjaga objektivitas perusahaan harus menyediakan informasi material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif dalam mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan diharuskan dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar, untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

Perusahaan berpegang pada prinsip kehati-hatian, mematuhi peraturan perundang-undangan serta mematuhi peraturan perusahaan untuk dapat terpelihara

secara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4. Independensi (*Independency*)

Kelancaran pelaksanaan asas Tata Kelola, perusahaan harus dikelola secara independen untuk masing-masing orang perusahaan agar tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. Kewajaran dan Kesenjajaran (*Fairness*)

Melaksanakan kegiatan usahanya perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan prinsip kewajaran.

Berdasarkan uraian diatas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa, jika perusahaan menerapkan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan tersebut tidak hanya menguntungkan pihak perusahaan saja melainkan seluruh pemangku kepentingan, baik pemegang saham ataupun masyarakat.

2.1.4.2 Manfaat Tata Kelola Perusahaan

Beberapa manfaat yang bisa diambil dari penerapan Tata Kelola Perusahaan yang dikemukakan oleh Amin Widjaja Tunggal (2014:34) adalah sebagai berikut:

1. Tercapainya sasaran yang telah ditetapkan.
2. Aktiva perusahaan terjaga dengan baik.
3. Perusahaan menjalankan bisnis dengan praktik yang sehat.
4. Kegiatan perusahaan dilakukan dengan transparan.

Berdasarkan uraian di atas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa, manfaat dan penerapan Tata Kelola Perusahaan sangat berpengaruh pada

perusahaan dan manfaat dari penerapan Tata Kelola Perusahaan juga akan berpengaruh dalam jangka panjang yang mampu meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat terutama bagi para investor.

2.1.4.3 Tujuan Tata Kelola Perusahaan

Tujuan penerapan Tata Kelola Perusahaan menurut Imam Sjahputra dan Amin Widjaja (2014:34) adalah:

1. Tercapainya sasaran yang telah ditetapkan.
2. Aktiva perusahaan di jaga dengan baik.
3. Perusahaan menjalankan praktik-praktik bisnis yang sehat.
4. Kegiatan-kegiatan perusahaan dilakukan dengan transparan.

Berdasarkan uraian di atas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa tujuan Tata Kelola Perusahaan yaitu meningkatkan kinerja perusahaan dan memberi nilai tambah bagi semua pihak yang terkait dengan perusahaan. Selain itu meningkatkan nilai tambah bagi pemangku kepentingan serta melindungi pemegang saham atau pengelola manajemen perusahaan.

2.1.4.4 Metode Pengukuran Tata Kelola Perusahaan

Menurut Arnold (2013:31) mekanisme pengukuran Tata Kelola Perusahaan yaitu, Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional.

1. Dewan Komisaris Independen

Imam Sjahputra dan Amin Widjaja (2014:79) menyatakan bahwa Dewan Komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang diangkat

berdasarkan keputusan RUPS dari pihak yang tidak terafiliasi dengan pemegang saham utama, anggota direksi dan atau anggota dewan komisaris lainnya.

Komisaris Independen menurut Sukrisno, Agoes dan Ardana (2014:110) adalah Komisaris dan direktur independen adalah seseorang yang ditunjuk untuk mewakili pemegang saham independen (pemegang saham minoritas) dari pihak yang ditunjuk tidak dalam kapasitas mewakili pihak mana pun dan semata-mata ditunjuk berdasarkan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan keahlian profesional yang dimilikinya untuk sepenuhnya menjalankan tugas demi kepentingan perusahaan.

Pengukuran proporsi Dewan Komisaris Independen menurut Arnold (2013:31):

$$\text{Dewan Komisaris Independen} = \frac{\sum KI}{\sum DKI} \times 100\%$$

Keterangan:

$\sum KI$: Jumlah anggota Komisaris Independen

$\sum DKI$: Jumlah anggota Dewan komisaris Independen

2. Kepemilikan Institusional

Menurut Thesarrani (2017:38) Kepemilikan Institusional adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki institusional pada akhir tahun yang diukur dalam persentase saham yang dimiliki investor institusional dalam perusahaan seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun dan *investment banking*.

Berikut merupakan rumus untuk mengukur Kepemilikan Institusional (KI) menurut Arnold (2013:31):

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\sum \text{saham Institusi}}{\sum \text{saham beredar}} \times 100\%$$

Keterangan:

$\sum KI$: Jumlah saham institusi

$\sum DKI$: Jumlah saham beredar

Rumus di atas berfungsi untuk mengetahui persentase Kepemilikan Institusional dengan membandingkan antara jumlah saham Kepemilikan Institusional dengan jumlah saham beredar. Peraturan BAPEPAM VIII G.7 tahun 2012 tentang penyajian dan pengungkapan keuangan emiten atau perusahaan publik terkait hak pihak institusional untuk memperoleh saham hingga lebih dari 5% dari saham yang ditawarkan.

3. Kepemilikan Manajerial

Menurut Imanta dan Satwiko (2011:68) definisi kepemilikan manajerial yaitu kepemilikan saham perusahaan oleh pihak manajer atau dengan kata lain manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham.

Berikut merupakan rumus untuk mengukur Kepemilikan Manajerial (KM) menurut Arnold (2013:31):

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\sum \text{saham Manajemen}}{\sum \text{saham beredar}} \times 100\%$$

Keterangan:

$\sum KI$: Jumlah saham manajemen
 $\sum DKI$: Jumlah saham beredar

Rumus di atas berfungsi mengetahui persentase kepemilikan manajerial dengan membandingkan antara jumlah saham manajemen dengan jumlah saham yang beredar. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 02/POJK.04/2013 tentang Program Kepemilikan Saham Oleh Karyawan Perusahaan Terbuka terkait hak karyawan perusahaan untuk memperoleh sampai sejumlah 10 % dari saham yang ditawarkan. Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan,

maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri.

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

Berdasarkan definisi di atas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa, kepemilikan manajerial merupakan proporsi saham yang dimiliki oleh manajer dinyatakan dalam persen, sehingga manajer sekaligus sebagai pemegang saham. Kepemilikan Institusional adalah proporsi saham yang dimiliki institusional dalam suatu perusahaan pada akhir tahun.

2.1.5 Profitabilitas

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2013:304) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya perusahaan melalui kegiatan yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan jumlah cabang.

Menurut Kasmir (2018:196) profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Menurut Hery (2018:192) rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.

Menurut Brigham & Houston (2019:118) *profitability ratios are group of ratios that show the combined effects of liquidity, asset management, and debt on operating results. Ratios which reflect the net result of all of the firm's financing policies and operating decisions.* Artinya yaitu, rasio profitabilitas adalah kelompok rasio yang menunjukkan efek gabungan dari likuiditas, manajemen aset dan utang pada hasil operasi. Rasio yang mencerminkan hasil bersih dari semua kebijakan pendanaan dan keputusan operasi perusahaan.

Menurut Gitman, Lawrence J. dan Zutter, Chad J (2015:128) *profitability ratio is used to measured the level of corporate profits by measuring the level of sales, assets levels and owner investment. Profitability ratio is proxied with return on equity.* Artinya yaitu, rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan dengan mengukur tingkat penjualan, tingkat aset, dan investasi pemilik.

Menurut Michael Rist & Albert J. Pizzica (2015:4) menyatakan bahwa *profitability ratios can be thought of as the combination of money of the other more specific ratios to show a more complete picture of a company's ability to generate profits*. Artinya yaitu, rasio profitabilitas dapat dianggap sebagai kombinasi uang dari rasio lain yang lebih spesifik untuk menunjukkan gambaran lebih lengkap tentang kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan para ahli, Peneliti sampai pada pemahaman bahwa profitabilitas merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui sumber daya perusahaan seperti kegiatan penjualan, kas, modal, karyawan dan jumlah cabang dalam penunjang kegiatan perusahaan dalam mendapatkan laba.

2.1.5.1 Tujuan Profitabilitas

Menurut Kasmir (2018:197) rasio Profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2018:197), yaitu:

1. Mengukur laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

5. Mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri dan tujuan lainnya.

Berdasarkan tujuan profitabilitas yang telah dipaparkan oleh para ahli, Peneliti sampai pada pemahaman bahwa adanya perhitungan pada profitabilitas ditujukan untuk memperhitungkan kerugian serta kelebihan di masa depan atas kegiatan perusahaan dengan tujuan memaksimalkan laba perusahaan.

2.1.5.2 Manfaat Profitabilitas

Manfaat dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2018:198), yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri dan manfaat lainnya.

Berdasarkan pemaparan ahli mengenai manfaat adanya perhitungan profitabilitas, Peneliti sampai pada pemahaman bahwa ketika perusahaan telah memperhitungkan profitabilitas akan membantu pihak manajemen dalam melakukan kegiatan perusahaan secara maksimal di masa yang akan datang.

2.1.5.3 Pengukuran Profitabilitas

Pengukuran Profitabilitas dibagi menjadi tiga kelompok yang diutarakan oleh Gitman, Lawrence J. dan Zutter, Chad J (2015:130) dapat dilihat pada uraian sebagai berikut:

1. Tingkat Pengembalian Aset (*Return On Asset*)

Rasio ini merupakan perbandingan antara Laba Bersih dengan Aset. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Rasio ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}{Total\ Aktiva} \times 100\%$$

2. Tingkat Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity*)

Rasio ini merupakan perbandingan antara Laba Bersih dengan Ekuitas. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Return\ On\ Equity = \frac{Laba\ Bersih}{Ekuitas} \times 100\%$$

3. Margin keuntungan (*Net Profit Margin*)

Rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Penjualan} \times 100\%.$$

2.1.6 Tanggung Jawab Sosial

Menurut Hery (2018:143) Tanggung Jawab Sosial merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi

terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Menurut ahli Lela Nurlaela (2019:11) Tanggung Jawab Sosial merupakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

Menurut Stefan Heinemann (2015:9) *CSR is a corporate commitment to improve the welfare of surrounding communities through business practices policies and the contribution of corporate resources in carrying out its social responsibilities, the company focuses its attention on three things, namely profit, people and planet.* Artinya yaitu, tanggung jawab sosial merupakan komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya korporasi dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu; laba, masyarakat dan lingkungan.

Menurut Joji Valli (2014:66) *corporate social responsibility is a form of corporate self regulation integrated into a business model. CSR policy functions as a built-in, self-regulation mechanism whereby business monitor's and ensures it's active compliance with the spirit of the law, ethical standards, and international norms. The goal is to embrace responsibility, encourage a positive impact through its activities on the environment, consumers, employees, communities, stakeholders and all other members of the public sphere.* Artinya yaitu, tanggung

jawab sosial merupakan salah satu bentuk regulasi mandiri perusahaan yang diintegrasikan ke dalam model bisnis. Kebijakan tanggung jawab sosial berfungsi sebagai mekanisme pengaturan mandiri yang terintegrasi dimana bisnis memenatai dan memastikan kepatuhan aktifnya dengan semangat hukum, standar etika dan norma internasional. Tujuannya adalah untuk mewujudkan tanggung jawab, mendorong dampak positif melalui aktivitasnya terhadap lingkungan, konsumen, karyawan, pemangku kepentingan, dan semua anggota publik lainnya.

Menurut Magdalena Stefanka dan Renta Nestowicz (2015:6) *CSR is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operation and their interaction with the stakeholders on a voluntary.* Artinya yaitu, tanggung jawab sosial merupakan konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan interaksinya dengan pemangku kepentingan secara sukarela.

Menurut Nor Hadi (2014:48) tanggung jawab sosial merupakan suatu satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan sekitar dan masyarakat secara lebih luas berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Definisi lain yang dikemukakan oleh Erni R. Ernawan (2016:160) Tanggung Jawab Sosial merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup. Tanggung Jawab Sosial dapat dikatakan sebagai

proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders* dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

Berdasarkan berbagai definisi di atas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa, tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan dalam menaati peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan pembangunan berkelanjutan, juga sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan bisnis baik secara internal maupun eksternal.

2.1.6.1 Prinsip-prinsip Tanggung Jawab Sosial

Dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial menurut Crowther David yang dialihbahasakan oleh Nor Hadi (2014:59) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya suatu perusahaan terbuka dengan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, saat aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.

3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak-pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, yang khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak lingkungan.

2.1.6.2 Manfaat Tanggung Jawab Sosial

Menurut Bungaran Antonius (2017:96) manfaat tanggung jawab sosial bagi perusahaan secara umum dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan dapat mengimplementasikan melalui tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), lingkungan (*planet*).

Menurut Imam Syairozi (2019:15) selain mendapat manfaat bagi perusahaan, dengan menerapkan aktivitas tanggung jawab sosial dapat mendatangkan manfaat yang positif bagi masyarakat dan pemerintah, yaitu:

1. Manfaat bagi Masyarakat

Meningkatkan berbagai sektor seperti diadakannya pendidikan yang layak dan berkualitas bagi masyarakat, sektor ketenagakerjaan seperti meningkatkan pelatihan atau training untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat luas.

2. Manfaat bagi Pemerintah

Aktivitas dari tanggung jawab sosial sendiri berhubungan dengan masalah yang ada di berbagai daerah seperti halnya masalah pendidikan, kurangnya akses kesehatan bagi masyarakat sekitar, dan pembangunan fasilitas umum untuk kepentingan orang banyak. Adanya kerjasama dari kebijakan pemerintah dengan perusahaan atau organisasi yang menerapkan tanggung jawab sosial, banyak

masyarakat yang terbantu akan adanya pelaksanaan tanggung jawab sosial di sekitar mereka. Beberapa manfaat tanggung jawab sosial bagi perusahaan, yaitu:

1. Mendorong lebih banyak informasi dalam pengambilan keputusan berdasarkan peningkatan pemahaman terhadap ekspektasi masyarakat, peluang jika kita melakukan tanggung jawab sosial (termasuk manajemen risiko hukum yang lebih baik) dan risiko jika tidak bertanggung jawab secara sosial.
2. Meningkatkan praktek pengelolaan risiko dari organisasi.
3. Meningkatkan reputasi organisasi dan menumbuhkan kepercayaan publik yang lebih besar.
4. Meningkatkan daya saing organisasi.
5. Meningkatkan hubungan organisasi dengan para stakeholders.
6. Meningkatkan loyalitas dan semangat kerja karyawan. Meningkatkan keselamatan dan kesehatan baik karyawan laki-laki maupun perempuan dan berdampak positif pada kemampuan organisasi untuk merekrut, memotivasi dan mempertahankan karyawan.
7. Memperoleh penghematan terkait dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi sumber daya, konsumsi air dan energi yang lebih rendah, mengurangi limbah, dan meningkatkan ketersediaan bahan baku.
8. Meningkatkan keandalan dan keadilan transaksi melalui keterlibatan politik yang bertanggung jawab, persaingan yang adil, dan tidak adanya korupsi.
9. Mencegah atau mengurangi potensi konflik dengan konsumen tentang produk dan jasa.

10. Memberikan kontribusi terhadap kelangsungan jangka panjang organisasi dengan mempromosikan keberlanjutan sumber daya alam dan jasa lingkungan.
11. Kontribusi kepada masyarakat dan untuk memperkuat masyarakat umum dan lembaga.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat diterapkannya tanggung jawab sosial pada perusahaan yaitu tidak hanya dirasakan oleh perusahaan saja namun dirasakan juga oleh pemerintah, masyarakat dan lingkungan.

2.1.6.3 Kategori Perusahaan Menurut Implementasi Tanggung Jawab Sosial

Menurut Sukmadi (2011:136) terkait dengan praktik tanggung jawab sosial, perusahaan dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu:

1. Kelompok Hitam, Kelompok hitam adalah mereka yang tidak melaksanakan praktek tanggung jawab sosial sama sekali. Mereka adalah pengusaha yang menjalankan bisnis semata-mata untuk kepentingan sendiri. Kelompok ini sama sekali tidak peduli pada aspek lingkungan dan sosial sekelilingnya dalam menjalankan usaha bahkan tidak memperhatikan kesejahteraan karyawannya.
2. Kelompok Merah, Kelompok merah adalah perusahaan yang memulai melaksanakan program tanggung jawab sosial tetapi memandangnya hanya sebagai kelompok biaya yang akan mengurangi keuntungannya.
3. Kelompok Biru, Kelompok biru adalah perusahaan yang menilai praktik tanggung jawab sosial akan memberi dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi bukan biaya.

4. Kelompok Hijau, Kelompok hijau adalah perusahaan yang sudah menempatkan tanggung jawab sosial pada strategi jantung dan bisnisnya, tanggung jawab sosial tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.

Tabel 2.1
Kategori Perusahaan Menurut Implementasi Tanggung Jawab Sosial

Peringkat	Keterangan
Hijau	1. Perusahaan yang sudah menempatkan tanggung jawab sosial pada strategi jantung dan inti bisnisnya. 2. Tanggung jawab sosial tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.
Biru	Perusahaan yang menilai praktik tanggung jawab sosial akan memberi dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi bukan biaya
Merah	Perusahaan peringkat merah yang memulai penerapan tanggung jawab sosial, karena tanggung jawab sosial dipandang sebagai komponen biaya yang mengurangi keuntungan perusahaan.
Hitam	1. Kegiatannya <i>degenerative</i>. 2. Mengutamakan kepentingan bisnis. 3. Tidak peduli aspek sosial disekelilingnya.

Sumber: Sukmadi, 2011:136

2.1.6.4 Praktik Tanggung Jawab Sosial di Indonesia

Praktik tanggung jawab sosial menurut Hery (2018:142) di Indonesia, konsep tanggung jawab sosial mulai menjadi isu yang hangat sejak tahun 2001, banyak perusahaan dan instansi-instansi sudah mulai melirik tanggung jawab sosial sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat. Perkembangan tentang konsep tanggung jawab sosial pada dasarnya semakin terwujud, baik ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas. Pelaksanaan tanggung jawab sosial di Indonesia lebih banyak dilakukan melalui kerja sama dengan pihak lain ataupun organisasi lain.

Adapun kecenderungan kegiatan yang dilakukan adalah berupa pelayanan sosial, pendidikan dan pelatihan, lingkungan, ekonomi dan sebagainya.

Terdapat tiga alasan penting kalangan dunia usaha harus merespons dana untuk mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial. Bentuk tanggung jawab sosial di Indonesia yang dilakukan oleh perusahaan menurut Bambang Rudianto dan Meila Famiola (2013:108) dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu sebagai berikut:

1. *Public Relations*

Public Relations adalah usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada masyarakat tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Biasanya berbentuk kampanye yang tidak terikat sama sekali dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

2. *Defensive Strategy*

Defensive Strategy adalah usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam mengenai kegiatan perusahaan dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha tanggung jawab sosial yang dilakukan adalah untuk mengubah anggapan negatif yang telah berkembang sebelumnya menjadi anggapan positif.

3. Kegiatan Yang Berasal Dari Visi Perusahaan. Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau melakukan kegiatan yang berbeda dari hasil perusahaan itu sendiri.

Regulasi mengenai tanggung jawab sosial di Indonesia diatur oleh pemerintah sejak tahun 1994 dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 316/KMK 016/1994 tentang Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi oleh Badan Usaha Milik Negara, yang kemudian dikukuhkan lagi dengan Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara no. Kep- 22 236/MBU/2003 menetapkan bahwa setiap perusahaan diwajibkan menyisihkan laba setelah pajak sebesar 1% sampai dengan 3% untuk menjalankan tanggung jawab sosial.

Pasal 15b Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyatakan bahwa setiap investor berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Penjelasan pasal ini menyatakan bahwa yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan juga tercantum dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, adanya Undang-Undang tersebut maka tanggung jawab sosial merupakan tindakan wajib bagi setiap perusahaan di Indonesia. Peraturan mengenai tanggung jawab sosial, antara lain:

1. Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 tahun 1997 Tentang Lingkungan Hidup.

2. Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
3. Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.
4. Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 tahun 1999 Tentang Praktek Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Adanya peraturan-peraturan tersebut membuat Peneliti sampai pada pemahaman bahwa kegiatan tanggung jawab sosial merupakan kewajiban setiap badan usaha yang ada di Indonesia.

2.1.6.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Menurut Hery (2018:143) definisi pengungkapan tanggung jawab sosial atau yang sering disebut *corporate social responsibility disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Rahmawati (2012:183) mendefinisikan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial adalah pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian dua puluh empat informasi yang diberikan kepada *stakeholders* mengenai segala aktivitas perusahaan tentang segala keterkaitan dengan lingkungan sosialnya.

Menurut Kartini (2013:56) pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan cara pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap

stakeholders. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi *stakeholders*.

Menurut *Global Reproting Initiative* (GRI) (2014) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial adalah *volumentary disclosure of information, both qualitative and quantitative made by organization to inform or influence a range of audience. The quantitative disclosure may be in financial or non financial terms*. Artinya yaitu, pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan informasi sukarela, baik secara kualitatif maupun kuantitatif yang dibuat oleh organisasi untuk menginformasikan atau mempengaruhi investor dimana pengungkapan kuantitatif dapat berupa informasi keuangan maupun non-keuangan.

Berdasarkan definisi di atas Peneliti sampai pada pemahaman bahwa, pengungkapan tanggung jawab sosial adalah proses penyampaian informasi mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya terhadap masyarakat. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan memperlihatkan adanya bentuk peduli terhadap kesejahteraan masyarakat serta lingkungan hidup di sekitar. Agar masyarakat dapat mengetahui tindakan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan, maka perlu adanya pengungkapan tanggung jawab sosial, pengungkapan ini tercantum dalam laporan tahunan perusahaan.

2.1.6.6 Metode Pengukuran Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan angka indeks *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) hasil *content analysis*, berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*)-G4 yang terdiri dari 91

item. Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu item CSR diberi score 1 jika diungkapkan dan score 0 jika tidak diungkapkan (Pradipta, 2015).

Skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan. Rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) adalah sebagai berikut (Stefan Heinemann, 2015:13):

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

Keterangan:

CSRDI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

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

X_{ij} = Dummy variabel, 1 = jika item i diungkapkan, 0 = jika item tidak Diungkapkan

GRI G4 merupakan standar pelaporan dengan tujuan untuk membantu perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutan dengan menyajikan informasi penting terkait isu-isu organisasi yang paling kritis. Berikut dimensi tanggung jawab sosial menurut GRI G4:

Tabel 2.2
Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
Kinerja Ekonomi		
1.	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
2.	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
3.	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
4.	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan Pasar		
5.	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
6.	EC6	perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi yang signifikan
7.	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung		
8.	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
Praktik Pengadaan		
9.	EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
Bahan		
10.	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume
11.	EN2	Persentase bahan yang digunakan merupakan bahan input daur ulang
Energi		
12.	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
13.	EN4	Konsumsi energi luar organisasi

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
14.	EN5	Intensitas energi
15.	EN6	Pengurangan konsumsi energi
16.	EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
Air		
17.	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
18.	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
19.	EN10	Persentase dan total volume air yang dapat di daur ulang dan dipergunakan kembali
Keanekaragaman Hayati		
20.	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, di dalam atau yang berdekatan dengan , kawasan dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
21.	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati di luar kawasan lindung
22.	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
23.	EN14	Jumlah total spesies dalam <i>incun red</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
Emisi		
24.	EN15	Emisi gas rumah kaca langsung
25.	EN16	Emisi gas rumah kaca energi tidak langsung
26.	EN17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya
27.	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca
28.	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
29.	EN20	Emisi bahan perusak ozon
30.	EN21	Nox, Sox dan emisi udara signifikan lainnya
Enfluen dan Limbah		
31.	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
32.	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
33.	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
34.	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel-basel lampiran i,ii,iii, dan iv yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah dan presentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
35.	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa		
36.	EN27	Tingkat migrasi terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
37.	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
Kepatuhan		
38.	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Transportasi		
39.	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain		
40.	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
Assesmen Pemasok Atas Lingkungan		
41.	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
42.	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan		
43.	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan, melalui mekanisme pengaduan resmi
Kepegawaian		
44.	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender dan wilayah
45.	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atas paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
46.	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan Industrial		
47.	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja		
48.	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
49.	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
50.	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
51.	LA8	Topik Kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan		
52.	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
53.	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
54.	LA11	Persentase karyawan yang menerima revidi kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesenjangan Peluang		
55.	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas dan indikator keberagaman lainnya
Kesenjangan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki		
56.	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Atas Praktik Ketenagakerjaan		
57.	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
58.	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
59.	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Investasi		
60.	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyetarakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
61.	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non-Diskriminasi		
62.	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul		
63.	HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak		
64.	HR5	Operasi dan pemasok teridentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Pekerja Paksa atau Wajib Kerja		
65.	HR6	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
Praktek Penagamanan		
66.	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat		
67.	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen		
68.	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia		
69.	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
70.	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia		
71.	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Masyarakat Lokal		
72.	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, assesmen dampak, dan program pengembangan yang ditetapkan
73.	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti Korupsi		
74.	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
75.	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi
76.	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik		
77.	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima atau penerima manfaat
Anti Persaingan		
78.	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan		
79.	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen Pemasok Atas Dampak Pada Masyarakat		
80.	SO9	Persentase pencapaian pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
81.	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat		
82.	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan		
83.	RP1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
84.	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup menurut jasa dan hasil

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

No	Kode	Dimensi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
85.	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh produsen organisasi terkait informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
86.	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa menurut jenis hasil
87.	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran		
88.	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
89.	PR7	Jumlah total ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil
Privasi Pelanggan		
90.	PR8	Jumlah total yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan		
91.	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: GRI G4 (2013)

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya Peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Kajian terdahulu membantu Peneliti dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Terdapat beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan Nilai Perusahaan, Tata Kelola, Profitabilitas, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

Penelitian-penelitian ini digunakan sebagai bagian perbandingan dan referensi dalam melakukan penelitian, adalah sebagai berikut:

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Panji Putranto <i>Effect Of Manajerial Ownership and Profitability On Firm Value (Empirical Study On Food And Beverage Industrial Sector Company 2012 To 2015)</i> Sumber: <i>Journal of Business Management</i> Vol.10, No.25 hal (2222-2839) Tahun 2018	a. KM berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b. Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan dengan PBV. 2. Variabel independen diukur dengan dengan KM. 3. Variabel independen diukur dengan dengan ROA.	1. Tidak membahas pengungkapan tanggung jawab sosial. 2. Waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2.	Indriana Damaianti Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i>, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Sumber: Jurnal Ekonam Vol.1, No.2 (hal 113-123) Tahun 2019	a. Dewan Direksi berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b. DKI tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. c. ROA tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. d. DER tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan dengan PBV. 2. Variabel independen diukur dengan dengan DKI. 3. Variabel independen diukur dengan dengan ROA.	1.Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2.Objek dan waktu penelitian.
3.	Sugeng Raksono dan Ricardo Suhendra Wirjawan Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i>, Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sumber: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.8 No.2 (hal 189-202) Tahun 2019	a. Terdapat hubungan positif antara Komite Audit dan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. e. DKI, KM, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1.Variabel dependen diukur dengan dengan Tobin's Q. 2.Variabel independen diukur dengan dengan KM dan DKI. 4. 3.Variabel independen diukur dengan dengan ROE.	1.Tidak membahas tanggung jawab sosial. 3.Objek dan waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4.	Elon Manurung, Effrida, dan Andreas James Gondowonto <i>Effect of Financial Performance, Corporate Governance and Corporate Size on Corporate Value in Food and Beverages</i> Sumber: <i>International Journal of Economics and Financial</i> Vol. 9, No. 6 (hal 100-105) Tahun 2019	a. ROA tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. b. KI tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. c. KM berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. d. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan PER. 2. Variabel independen diukur dengan KI dan KM. 3. Variabel independen diukur dengan ROA.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Waktu penelitian

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Sutrisno <i>Corporate Governance, Profitability, And Firm Value Study On The Indonesian Islamic Index</i> Sumber: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.6, No.2 (hal 292-303) Tahun 2020	a. Dewan Komisiner berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b. Kepemilikan Institusional dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. c. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen GCG diukur dengan dengan Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial. 3. Variabel independen Profitabilitas diukur dengan dengan ROA.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Objek dan waktu penelitian.
6.	Veny Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderating Sumber: <i>Journal of Public Auditing and Financial Management</i> Vol.1, No.1 (hal 47-58) Tahun 2021	a. Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap Nilai Perusahaan. b. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> tidak dapat memoderasi pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen diukur dengan dengan Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial.	1. Tidak membahas Profitabilitas. 2. Objek dan waktu penelitian.

Dilanjutkan
Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Prisna Meiga Sari dan I Dewa Gede Dharma Suputra <i>CSRD in Moderating the Effect of Financial Performance on Firm Value</i> Sumber: <i>American Journal of Humanities and Social Sciences Research</i> Vol.5, No.2 (hal 409-415) Tahun 2021	a. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. b. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> mampu memperkuat dengan memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen Profitabilitas diukur dengan ROA.	1. Tidak membahas tata kelola perusahaan. 2. Objek dan waktu penelitian.
8.	Afilia Felynda dan Astrie Krisnawati Analisis Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2012-2016) Sumber: Jurnal Akuntansi Bisnis Vol. 2 No 1 (hal 71-80) Tahun 2018	a. Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. b. Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen diukur dengan Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional.	1. Tidak membahas Profitabilitas. 2. Tidak membahas tanggung jawab sosial. Objek dan waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

9.	Chiquita Pramesti, Dharisa Ramadhan, et al Pengaruh GCG, Manajemen Laba, Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2014-2018) Sumber: <i>Accounting Research</i> Vol.1 No.1 (hal 134-151) Tahun 2020	a. Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. b. dengan ROA dan ROE tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. c. Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen diukur dengan dengan ROA dan ROE.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Objek dan waktu penelitian.
10.	J. Thomas Connellya, Limpaphayomb, et al <i>Economic Development, Corporate Governance and Firm Value In Vietnam</i> Sumber: <i>Journal Research in International Business and Finance</i> Vol.4 , No.2 (hal 102-123) Tahun 2017	a. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. b. ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	1. Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen Profitabilitas diukur dengan dengan ROA.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Ukuran tata kelola perusahaan. 3. Objek dan waktu penelitian.

Dilanjutkan
Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
11.	Kalim Ullah Bhat, Yan Chen, Khalil Jebran and Niaz Ahmed Bhutto <i>Corporate Governance and Firm Value: A Comparative Analysis Of State And Non-State Owned Companies In The Context Of Pakistan</i> Sumber: <i>The International Journal of Business in Society</i> Vol.10, No.2 Tahun 2018	a. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b. ROA berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen diukur dengan dengan ROA.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Objek dan waktu penelitian.
12.	Muhammad Nuryono, Anita Wijayanti, Yuli Chomsatu Pengaruh DKI, KI, KM, Komite Audit, Kualitas Audit Pada Nilai Perusahaan Sumber: Jurnal Ekonomika Vol.3, No.1 (Hal 199-211) Tahun 2019	a. DKI, KI, KM Komite Audit dan Kualitas Audit berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. b. Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. DKI, KM tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	1. Variabel dependen diukur dengan dengan PBV. 2. Variabel independen diukur dengan dengan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas Profitabilitas. Objek dan waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
13.	Muhammad Lutfi Zuhdi <i>The Mediating Role of Corporate Social Responsibility Disclosure Good Corporate Governance and Firm Value</i> Sumber: <i>Australasian Accounting Business and Finance Journal</i> Vol.14, No.1 (Hal 89-96) Tahun 2020	a. Dewan Direksi, DKI, Komite Audit, KM, dan KI berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> tidak mampu memoderasi hubungan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan dengan Tobin's Q dan PBV 2. Variabel independen diukur dengan dengan DKI, KI, KM.	1. Tidak membahas Profitabilitas. 2. Objek dan waktu penelitian.
14.	Yusheng Kong, Takuriramunashe Famba, et al <i>Corporate Governance Mechanisms, Ownership and Firm Value: Evidence from Listed Chinese Firms</i> Sumber: <i>International of Financial Studies</i> Vol.8, No.20 (hal 1-26) Tahun 2020	<i>Good Corporate Governance</i> yang diukur dengan dengan Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen <i>Good Corporate Governance</i> diukur dengan dengan Kepemilikan Manajerial.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas Profitabilitas. Objek dan waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
15.	Juendiny Chrisna Ekasari dan Yefta Andi Kus Noegroho <i>The Impact of Good Corporate Governance Implementation on Firm Value</i> Sumber: <i>International Journal of Social Science and Business</i> Vol.4, No.4 (hal 553-560) Tahun 2020	a. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. b. <i>Good Corporate Governance</i> yang dimediasi oleh adanya Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan PBV. 2. Variabel Profitabilitas diukur dengan dengan ROE.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Objek dan waktu penelitian.
16.	Mohammed Nazim Uddin, Mosharrof Hosen, et al <i>Corporate Governance Influence Firm Value In Bangladesh</i> Sumber: <i>J Business Administration and Management Journal</i> Vol.24, No.2 (Hal 84-100) Tahun 2021	a. <i>Good Corporate Governance</i> yang diukur dengan dengan Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan PBV. 2. Variabel independen <i>Good Corporate Governance</i> diukur dengan dengan DKI.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas Profitabilitas. Objek dan waktu penelitian

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
17.	Janice1 dan Nagian Toni <i>The Effect of NPM, DER, and ROE on company Value in Food and Beverage listed on the Indonesia Stock Exchange</i> Sumber: Budapest International Research and Critics Institute- Journal Vol.3,No.12 (Hal 494-510) Tahun 2020	a. NPM berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. b. ROE berpengaruh Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen diukur dengan dengan PBV. 2. Variabel independen diukur dengan dengan NPM dan ROE.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas tata kelola perusahaan. Waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
18.	Syenen Kezia Paat, Frendy A.O. Pelleng dan Olivia Walangitan Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Pada Perusahaan Makanan dan Minuman 2016-2018 Sumber: Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Vol.2, No.3 (hal 234-239) Tahun 2021	a. ROA dan ROE berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b. ROA berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. c. ROE berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan	1.Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan PBV. 2.Variabel independen Profitabilitas diukur dengan dengan ROA dan ROE.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas tata kelola perusahaan. 3. Waktu penelitian.
19.	Nosakhare Osazuwa and Ayoib Che-Ahmad Effect Of Profitability. Leverage And Firm Value In Public Traded Malaysian Sumber: <i>Social Responsibility Journal</i> Vol.12, No 2 (hal 295-306) Tahun 2016	a. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1.Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan PBV. 2.Variabel independen Profitabilitas diukur dengan dengan ROA.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas tata kelola perusahaan. 3. Waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
20.	Mohammed Alamgir dan Mohammad Nasir Uddin <i>Corporate Image and Firm Performance</i> Sumber: <i>International Journal of Business and Development Studies</i> Vol.9, No.1 (Hal 91-111) Tahun 2017	Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan PBV. 2. Variabel independen Profitabilitas diukur dengan dengan ROA.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas tata kelola perusahaan. 3. Waktu penelitian.
21.	Alabaraba Bele-Egberi & Dr. Asian A. Umobong <i>The Nexus Profitability and Valuation of Food And Beverage Firms in Nigeria</i> Sumber: <i>International Journal of Finance and Economics Research</i> Vol.7, No.4 (Hal 163-179) Tahun 2019	Profitabilitas yang diukur dengan dengan ROA dan ROE berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1. Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan dengan Tobin's Q. 2. Variabel independen Profitabilitas diukur dengan dengan ROA dan ROE.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas tata kelola perusahaan. Waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
22.	Okeyo Oleyinka and Tyronni Chadire <i>The Influence of Accounting on Stock Price of Food and Beverage</i> Sumber: <i>Journal La Bisecoman</i> Vol.2, No.3 (Hal 11-16) Tahun 2021	Profitabilitas yang diukur dengan ROA ROE dan NPM berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1.Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan PER. 2.Variabel independen Profitabilitas diukur dengan ROA, ROE dan NPM	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas tata kelola perusahaan. 3. Objek dan waktu penelitian.
23.	Galatia Mega Hasian dan I Dewa Gede Dharma Suputra <i>The Effect of Profitability, Environmental on Firm Value in Consumer Goods Sector Indonesian</i> Sumber: <i>American Journal of Humanities and Social Sciences Research</i> Vol.5, No.4 (Hal 60-64) Tahun 2021	Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1.Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan Tobin's Q. 2.Variabel independen Profitabilitas diukur dengan ROA.	1. Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2. Tidak membahas tata kelola perusahaan. 3. Objek dan waktu penelitian.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.3

No	Judul dan Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
24.	Seonghoon Kim, Ann Terlaak, Matthew Potoski ¹ <i>Financial Performance And Firm Market Value</i> Sumber: <i>Business Strategy and The Environment</i> Vol.6, No.30 (hal 1-13) Tahun 2020	Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	1.Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan Tobin's Q. 2.Variabel independen Profitabilitas diukur dengan ROA.	1.Tidak membahas tanggung jawab sosial. 2.Tidak membahas tata kelola perusahaan. Objek dan waktu penelitian.
25.	Putri Ismayana, Widia Astuty dan Muis Fauzi Rambe Pengaruh Current Ratio, <i>Debt To Equity Ratio</i> Dan <i>Return On Equity</i> Terhadap <i>Price Earning Ratio</i> Sumber: Jurnal Akutansi, Manajemen, Ekonomi Vol.2 No.2 (Hal 300-313) Tahun 2021	a. Profitabilitas yang diukur dengan ROE berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b. Solvabilitas yang diukur dengan DER berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	1.Variabel dependen Nilai Perusahaan diukur dengan PER dan PBV. 2.Variabel independen Profitabilitas diukur dengan ROE.	1.Tidak membahas <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> . 2.Tidak membahas GCG. 3.Objek dan waktu penelitian.

Sumber: Data Diolah Peneliti (2021)

Berdasarkan pada Tabel 2.3 mengenai penelitian terdahulu di atas, terdapat persamaan pada penelitian saat ini yaitu variabel yang diteliti mencakup; variabel dependen berupa Nilai Perusahaan yang diukur dengan dengan *Price Earning Ratio*, *Price Book Value* dan *Tobin's Q*, variabel independen berupa Tata Kelola Perusahaan yang diukur dengan dengan Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas yang diukur dengan dengan *Return On Assets*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin*, dan terakhir variabel moderasi berupa total agregat dari Kinerja Ekonomi, Kinerja Lingkungan dan Kinerja Sosial dalam Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

Selain terdapat persamaan tentu saja terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang seperti, objek penelitian dan periode pelaksanaan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi SubSektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 sampai dengan 2020. Terdapatnya beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian sekarang dan penelitian terdahulu, menjadikan penelitian ini sebagai pengembangan dari teori yang ada serta pengembangan dari penelitian terdahulu. Penelitian ini juga ditujukan untuk menguji kembali pengaruh Nilai Perusahaan, Tata Kelola, Profitabilitas, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, karena adanya hasil yang tidak konsisten dari penelitian-penelitian terdahulu.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan rancangan atau garis besar yang telah digagas oleh peneliti dalam merancang proses penelitian. Kerangka pemikiran

merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka ini disusun berdasarkan pada tinjauan pustaka hasil penelitian yang relevan. Kriteria utama agar suatu kerangka pemikiran bisa menyakinkan adalah alur-alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu berpikir yang membuahkan kesimpulan berupa hipotesis.

Masalah-masalah yang telah diidentifikasi akan dihubungkan dengan teori untuk menemukan pemecahan atas permasalahan tersebut. Hal ini ditunjukan agar dapat menjawab atau menerangkan masalah yang telah diidentifikasi. Sugiyono (2019:60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori yang berhubungan dengan berbagai faktor pada identifikasi masalah. Sugiyono (2019:60) mengatakan bahwa, kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala pada objek permasalahan.

2.2.1 Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti Tata Kelola Perusahaan dan Profitabilitas. Ulfah (2017) menemukan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh tata kelola perusahaan yang baik. Sejalan dengan teori keagenan yang memandang suatu perusahaan sebagai hubungan kontrak antara berbagai agen ekonomi yang bertindak secara oportunistik dalam pasar yang efisien, Zhang et al. (2019).

Menurut Arnold (2013:17) tata kelola perusahaan atau dalam bahasa inggris disebut *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan sistem pelaksanaan yang dikelola dan dikendalikan. Fokus utamanya pada tanggung jawab dan kewajiban yang ditempatkan pada direktur eksekutif dan direktur non-eksekutif, hubungan

antara pemilik perusahaan, dewan direktur dan manajer tingkat atas. Interaksi antara kelompok-kelompok ini mengarah pada penentuan tujuan perusahaan, penempatan kendala pada perilaku manajerial dan penetapan target dan pembayaran insentif berdasarkan pencapaian.

Implementasi dari tata kelola sangat penting bagi kesehatan perusahaan, dimana tata kelola diharapkan mampu untuk memastikan perusahaan berjalan secara efektif dan efisien. Investor akan mempertimbangkan mengenai tata kelola suatu perusahaan sebelum berinvestasi, karena saat perusahaan memiliki tata kelola buruk dapat menyebabkan kerugian yang tidak hanya berdampak pada perusahaan itu sendiri melainkan berdampak juga kepada para pemegang sahamnya. Saat ini, penerapan tata kelola tidak hanya sekedar kewajiban, namun telah menjadi kebutuhan bagi setiap perusahaan dan organisasi. Penerapan prinsip-prinsip tata kelola sangat diperlukan agar perusahaan mampu bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat untuk dapat menerapkan etika bisnis secara konsisten dan berhasil mewujudkan usaha sehat, efisien dan transparan.

Profitabilitas merupakan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana ketika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil dan membuat profit perusahaan menjadi lebih besar, sehingga besar kecilnya profit yang dihasilkan akan mempengaruhi kinerja perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan. Menurut Hery (2018:192) rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya yang berasal dari kegiatan

penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka semakin besar nilai suatu perusahaan (Kasmir, 2018:190). Meningkatnya nilai suatu perusahaan adalah sebuah pencapaian dari hasil kinerja keuangan perusahaan yang sangat baik, dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemegang saham akan meningkat.

Tingkat kinerja keuangan biasanya tercermin dalam tingkat profitabilitas perusahaan, dimana semakin besarnya profitabilitas perusahaan maka proporsi *return* saham yang akan diterima investor pun semakin besar, hingga memberi daya tarik bagi para investor untuk berinvestasi. Ketika profitabilitas perusahaan meningkat, maka harga saham perusahaan pun akan meningkat dan akan menaikkan nilai suatu perusahaan, Juliati (2016). Rasio profitabilitas digunakan sebagai ukuran dari kinerja keuangan, karena baik perusahaan maupun para pemegang saham akan memperhitungkan keuntungan yang didapatkan perusahaan atas pengorbanannya. Sebagai investor tentu ingin mendapatkan pengembalian atau dividen yang tinggi dan semakin tinggi rasio profitabilitas, maka semakin baik dalam menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Kasmir, 2018:195).

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa tata kelola dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Putranto (2018); Raksono dan Wirjawan (2019); Manurung, Efrida dan Gondowonto (2019) dan Sutrisno (2020).

2.2.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Memoderasi Pengaruh Tata Kelola dan Profiabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Lela Nurlaela (2019:11) tanggung jawab sosial merupakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Konsep tanggung jawab sosial pada umumnya menyatakan bahwa, tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemilik atau pemegang saham saja, tetapi juga terhadap pihak-pihak terkait yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan (E.D. Paskaboni., 2021).

Pelaksanaan tanggung jawab sosial dimaksudkan untuk meminimalisir dampak yang ditimbulkan perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya (Fitria E., 2017). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan upaya perusahaan dalam mempublikasikan segala kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial, nantinya laporan tanggung jawab sosial diperuntukkan untuk para pemangku kepentingan (Insani N., 2019). Laporan tanggung jawab sosial bersifat non keuangan dan lebih mengarah kepada tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang dilakukannya.

Tingginya persaingan usaha antar perusahaan membuat banyaknya tantangan yang harus dihadapi dalam menjaga kontinuitas usahanya. Hanya dengan

melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, tidak menjamin akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Saat ini, perusahaan sudah tidak hanya dihadapi oleh persaingan bisnis melalui pemasaran sosial dan lingkungan saja, namun juga dihadapkan oleh konflik keagenan. Konflik keagenan atau biasa dikenal sebagai *agency problem* terjadi karena pihak manajemen lebih mengutamakan kepentingan pribadinya tanpa memikirkan para pemegang saham, dimana manajer memang diberi kekuasaan oleh para pemegang saham untuk membuat keputusan dan hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan (keagenan). Pentingnya menyelaraskan kepentingan pemegang saham dengan manajer dibutuhkan dukungan dari tata kelola perusahaan yang baik di dalam perusahaan yang akan menentukan praktik manajemen dan pengambilan keputusan berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh adanya tata kelola perusahaan yang baik (IBA Purbawangsa, 2019). Pengungkapan tanggung jawab sosial tidak hanya dipengaruhi oleh adanya penerapan tata kelola perusahaan, tetapi terdapat variabel lainnya yang dapat mempengaruhi pelaksanaan tanggung jawab sosial yaitu tingkat profitabilitas perusahaan (IBA Purbawangsa, 2019). Tujuan utama dari suatu perusahaan tentu untuk dapat memperoleh keuntungan. Laba dari suatu perusahaan juga menjadi perhatian utama bagi para investor hingga analis keuangan karena konsistensi profitabilitas memungkinkan perusahaan untuk bertahan dengan memperoleh pengembalian yang cukup apabila dibandingkan dengan risikonya (Toto, 2019). Tingginya perolehan profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan

akan membantu perusahaan untuk dapat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tanpa adanya dilema (Wulandari S. dan Zulhaimi H., 2017). Saat perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat membantu meningkatkan profitabilitas yang akan diperoleh perusahaan, dimana dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial akan memberi daya tarik lebih bagi investor (Pulungan S. N. dan Krisnawati A., 2021).

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial memoderasi pengaruh tata kelola dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan seperti penelitian yang dilakukan oleh, Veny (2021) dan Sari dan Suputra (2021).

2.2.3 Pengaruh Tata Kelola dan Nilai Perusahaan

Tata kelola perusahaan atau biasa disebut sebagai tata kelola, diartikan oleh *Forum for Corporate Governance Indonesia (FCGI)* merupakan kumpulan aturan yang menjelaskan mengenai hubungan para pemangku kepentingan internal dan eksternal dalam menghargai hak serta tanggung jawab masing-masing pihak untuk mengarahkan hingga mengendalikan perusahaan sesuai dengan tujuannya (Pramastri, 2017). Implementasi dari tata kelola sangat penting bagi kesehatan perusahaan dimana tata kelola diharapkan mampu untuk memastikan perusahaan berjalan secara efektif dan efisien. Investor akan mempertimbangkan mengenai tata kelola suatu perusahaan sebelum berinvestasi, dimana saat perusahaan memiliki tata kelola buruk dapat menyebabkan kerugian yang tidak hanya berdampak pada perusahaan itu sendiri melainkan berdampak juga kepada para pemegang sahamnya. Saat ini, penerapan prinsip-prinsip tata kelola sangat diperlukan agar

perusahaan mampu bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat untuk dapat menerapkan etika bisnis secara konsisten dan berhasil mewujudkan usaha sehat, efisien dan transparan.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa tata kelola berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Janicel dan Toni (2020), Walangitan (2021); Osazuwa dan Ahmad (2016); Alamgir dan Uddin (2017); Ochejo, Omagwa dan Muathe (2019); Oleyinka and Chadire (2019), Xiaoni Li dan Turull (2020); Kim, Terlaak dan Potoskil (2020); Hasian dan Suputra (2021) dan Ismayana, Astuty dan Rambe (2021).

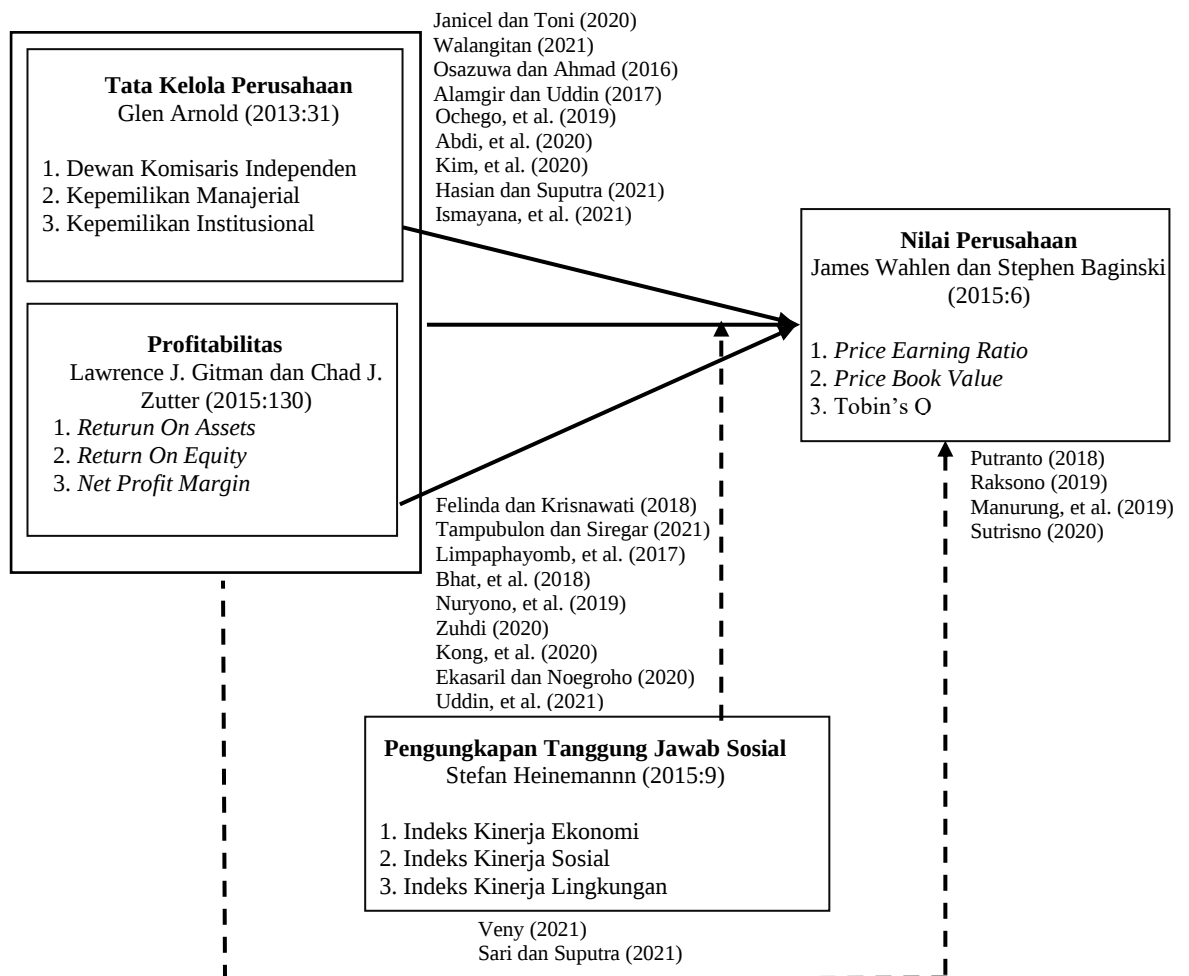
2.2.4 Pengaruh Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dimana ketika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil dan membuat profit perusahaan menjadi lebih besar, sehingga besar kecilnya profit yang dihasilkan akan mempengaruhi kinerja perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan. Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka semakin besar nilai suatu perusahaan (Kasmir, 2018 : 190). Meningkatnya nilai suatu perusahaan adalah sebuah pencapaian dari hasil kinerja keuangan perusahaan yang sangat baik, dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemegang saham akan meningkat. Ketika profitabilitas perusahaan meningkat, maka harga saham perusahaan pun akan meningkat dan akan menaikkan nilai suatu perusahaan, Juliati (2016).

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Felinda dan Krisnawati (2018); Tampubulon dan Siregar (2021); Limpaphayomb, Nguyen dan Trand (2017); Bhat, Chen, Jebran dan Bhutto (2018); Nuryono, Wijayanti dan Samrotun (2019); Zuhdi (2020); Kong, Famba, Dzimi Sun dan Kurauone (2020); Ekasari dan Noegroho (2020) dan Uddin, Hosen, Chowdhury, Tabassum dan Mazumder (2021).

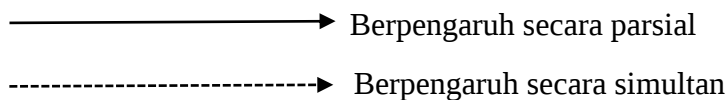
2.2.5 Paradigma Penelitian

Berdasarkan latar belakang, kajian pustaka dan hasil penelitian terdahulu maka paradigma penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

Keterangan garis:



2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan untuk sebuah penelitian (Sugiyono, 2019:64). Hipotesis berfungsi sebagai kerangka kerja bagi Peneliti dalam memberi arah kerja dan mempermudah dalam penyusunan karya tulis ilmiah. Berdasarkan penjelasan pada kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara simultan dan parsial.

Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan *Price Earning Ratio* (PER)

Uji F (simultan)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen), KI (Kepemilikan Institusional), KM (Kepemilikan Manajerial) dan ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*), NPM (*Net Profit Margin*) terhadap PER (*Price Earning Ratio*) secara simultan.

Uji t (parsial)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen) terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
2. Terdapat pengaruh KI (Kepemilikan Institusional) terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
3. Terdapat pengaruh KM (Kepemilikan Manajerial) terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
4. Terdapat pengaruh ROA (*Return On Assets*) terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
5. Terdapat pengaruh ROE (*Return On Equity*) terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
6. Terdapat pengaruh NPM (*Net Profit Margin*) terhadap PER (*Price Earning Ratio*).

Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan *Price Book Value* (PBV)

Uji F (simultan)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen), KI (Kepemilikan Institusional), KM (Kepemilikan Manajerial) dan ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*), NPM (*Net Profit Margin*) terhadap PBV (*Price Book Value*) secara simultan.

Uji t (parsial)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen) terhadap PBV (*Price Book Value*).
2. Terdapat pengaruh KI (Kepemilikan Institusional) terhadap PBV (*Price Book Value*).
3. Terdapat pengaruh KM (Kepemilikan Manajerial) terhadap PBV (*Price Book Value*).
4. Terdapat pengaruh ROA (*Return On Assets*) terhadap PBV (*Price Book Value*).
5. Terdapat pengaruh ROE (*Return On Equity*) terhadap PBV (*Price Book Value*).
6. Terdapat pengaruh NPM (*Net Profit Margin*) terhadap PBV (*Price Book Value*).

Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan Tobin's Q

Uji F (simultan)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen), KI (Kepemilikan Institusional), KM (Kepemilikan Manajerial) dan ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*), NPM (*Net Profit Margin*) terhadap Tobin's Q secara simultan.

Uji t (parsial)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen) terhadap Tobin's Q.
2. Terdapat pengaruh KI (Kepemilikan Institusional) terhadap Tobin's Q.

3. Terdapat pengaruh KM (Kepemilikan Manajerial) terhadap Tobin's Q.
4. Terdapat pengaruh ROA (*Return On Assets*) terhadap Tobin's Q.
5. Terdapat pengaruh ROE (*Return On Equity*) terhadap Tobin's Q.
6. Terdapat pengaruh NPM (*Net Profit Margin*) terhadap Tobin's Q.

b. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memoderasi Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan *Price Earning Ratio* (PER)

Uji F (simultan)

1. Terdapat pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memoderasi DKI (Dewan Komisaris Independen), KI (Kepemilikan Institusional), KM (Kepemilikan Manajerial) dan ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*), NPM (*Net Profit Margin*) terhadap PER (*Price Earning Ratio*).

Uji t (parsial)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
2. Terdapat pengaruh KI (Kepemilikan Institusional) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PER (*Price Earning Ratio*).

3. Terdapat pengaruh KM (Kepemilikan Manajerial) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
4. Terdapat pengaruh ROA (*Return On Assets*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
5. Terdapat pengaruh ROE (*Return On Equity*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PER (*Price Earning Ratio*).
6. Terdapat pengaruh NPM (*Net Profit Margin*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PER (*Price Earning Ratio*).

Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan *Price Book Value* (PBV)

Uji F (simultan)

1. Terdapat pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memoderasi DKI (Dewan Komisaris Independen), KI (Kepemilikan Institusional), KM (Kepemilikan Manajerial) dan ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*), NPM (*Net Profit Margin*) terhadap PBV (*Price Book Value*).

Uji t (parsial)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PBV (*Price Book Value*).
2. Terdapat pengaruh KI (Kepemilikan Institusional) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PBV (*Price Book Value*).
3. Terdapat pengaruh KM (Kepemilikan Manajerial) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PBV (*Price Book Value*).
4. Terdapat pengaruh ROA (*Return On Assets*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PBV (*Price Book Value*).
5. Terdapat pengaruh ROE (*Return On Equity*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PBV (*Price Book Value*).
6. Terdapat pengaruh NPM (*Net Profit Margin*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap PBV (*Price Book Value*).

Pengaruh Tata Kelola dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Yang Diukur Dengan Tobin's Q

Uji F (simultan)

1. Terdapat pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memoderasi DKI (Dewan Komisaris Independen), KI (Kepemilikan Institusional), KM (Kepemilikan Manajerial) dan ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*), NPM (*Net Profit Margin*) terhadap Tobin's Q.

Uji t (parsial)

1. Terdapat pengaruh DKI (Dewan Komisaris Independen) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Tobin's Q.

2. Terdapat pengaruh KI (*Kepemilikan Institusional*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Tobin's Q.
3. Terdapat pengaruh KM (*Kepemilikan Manajerial*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Tobin's Q.
4. Terdapat pengaruh ROA (*Return On Assets*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Tobin's Q.
5. Terdapat pengaruh ROE (*Return On Equity*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Tobin's Q.
6. Terdapat pengaruh NPM (*Net Profit Margin*) yang dimoderasi oleh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Tobin's Q.