

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, penulis terlebih dahulu membuat *review* hasil dari penelitian terdahulu dari beberapa jurnal nasional dan internasional yang telah dilakukan penelitian. *Review* hasil penelitian terdahulu dijadikan sebagai dasar acuan penelitian untuk melakukan perbandingan sehingga diketahui pengetahuan dan wawasan memperoleh data informasi penelitian. Berdasarkan judul yang dibahas mengenai “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan”.

Penelitian pertama yang dilakukan Susanto dan Ardini (2016) meneliti tentang “Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, kriteria sampel adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan secara lengkap, disajikan dalam mata uang Rupiah Indonesia, serta yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 16. Hasil dari penelitian menyatakan *good corporate governance* berpengaruh negatif kepada nilai perusahaan, dan menunjukkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas (*return on asset*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kedua yang dilakukan meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder pada seluruh perusahaan di Bursa Efek Indonesia dan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah, perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, perusahaan manufaktur yang *delisting* di Bursa Efek Indonesia, perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan, perusahaan manufaktur yang

mengalami kerugian, perusahaan manufaktur yang mengalami keuntungan, perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan, perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan, dan perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangannya tidak dengan mata uang Rupiah. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan analisis jalur dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan mekanisme *Good Corporate Governance* dan *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai positif, *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, dan *corporate social responsibility* bukan merupakan *variable intervening* dalam pengaruh mekanisme *good corporate governance* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Yuliyanti (2019) tentang “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan kriteria perusahaan termasuk kedalam CGPI dan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi *multiple* dengan menggunakan program SPSS V.20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* di perusahaan dan juga nilai perusahaan menunjukkan hasil yang fluktuasi, serta *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Putri, et all (2016) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris Sebagai Variabel Pemoderasi”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan menguji ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel moderating. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis data secara kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan MRA (*Moderated regression analysis*). Jenis data yang digunakan

dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang *go public* terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penentuan sampel digunakan dengan metode *purposive sampling* dengan pendekatan *judgment sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh *corporate social responsibility*. Nilai perusahaan akan dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris. Di dalam mempraktikkan *corporate social responsibility*, diperlukan keselarasan implementasi dari substansi kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan sehingga dalam jangka panjang akan memberikan nilai pada perusahaan. Selain itu, perlu menyeimbangkan antara jumlah dewan komisaris dan manajemen.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Belliana dan Budiyanto (2018) melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan menggunakan data laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu program SPSS versi 24. Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Serta kepemilikan manajerial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Isnalita dan Romadhon (2018) meneliti tentang “*The Effect of Company Characteristics and Corporate Governance on The Practices of Intellectual Capital Disclosure*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, likuiditas, dan tipe industri, serta struktur *corporate governance*, yang terdiri dari ukuran komite audit, dan komposisi komisaris independen terhadap *intellectual capital disclosure*. Pendekatan

penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Dengan menguji tujuh variabel independen melalui analisis regresi linier berganda.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Gunarsih, *et all* (2018), melakukan penelitian tentang “*Good Corporate Governance: Firm Performance and Ownership Causality Test*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah fungsi *monitoring* atau pasar untuk pengendalian perusahaan sebagai mekanisme tata kelola di Indonesia menggunakan model kausalitas. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2016. Konsentrasi kepemilikan diproksikan oleh Herfindahl Indeks Kepemilikan Domestik. Indikator kinerja perusahaan dalam penelitian ini adalah efisiensi, diukur dengan rasio biaya operasi terhadap penjualan, dan rasio penjualan terhadap aset dan Tobin Q.

Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh Luthan, *et all* (2016), melakukan penelitian tentang “*The Effect of Good Corporate Governance Mechanism to Earnings Management Before and After IFRS Convergence*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perbedaan dalam mekanisme “Good Corporate Governance” (GCG) pada manajemen laba, sebelum dan sesudah standar akuntansi keuangan (PSAK) Indonesia konvergensi IFRS. Pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di Indonesia tahun 2010-2013. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 136 perusahaan manufaktur, dimana sampel yang diperoleh adalah 65 perusahaan sesuai dengan kriteria pemilihan sampel. Mekanisme GCG adalah variabel independen yang mencakup mekanisme internal dan eksternal.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Keagenan

Teori keagenan merupakan teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan konsep *corporate governance*. Sudarma dan Putra (2014) menjelaskan bahwa pemisahan antara pemilik (*principal*) dan pengelola (*agent*) menimbulkan perbedaan kepentingan. Pemilik sebagai pemasok modal memiliki harapan memperoleh *return* atas investasi yang telah mereka tanam. Di lain pihak, para manajer sebagai pengelola perusahaan memiliki pemikiran yang berbeda terutama

yang berkaitan dengan kompensasi yang diterima dan peningkatan potensi individu. Maka akan muncul permasalahan agensi karena masing-masing pihak tersebut akan selalu berusaha untuk memaksimalkan fungsi utilitasnya. Sehingga hubungan agensi tersebut rawan terjadinya konflik antar pihak-pihak yang berkepentingan yang akan mempengaruhi perusahaan tersebut.

Pada dasarnya manajer perusahaan memiliki kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya sendiri dan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Oleh sebab itu, manajemen berupaya agar kedua tujuan tersebut dapat dicapai. Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham), manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Akan tetapi informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Einsenhardt (1989) dalam Triuwono (2018) menyatakan bahwa teori agensi dilandasi oleh tiga asumsi sifat manusia yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rational*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko.

Dalam aplikasinya, masalah keagenan terwujud dalam suatu kontrak kerja antara pemilik perusahaan dengan pihak manajemen. Kontrak kerja tersebut mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan *agency theory* yang menekankan pentingnya pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga profesional atau sering kita sebut sebagai *agency*, yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-hari (Hamdani, 2016).

Pada akhirnya hubungan antara pemilik dan manajer tersebut akan menimbulkan masalah saat pihak-pihak tersebut mempunyai tujuan yang berbeda. Manajer yang diberi wewenang untuk menjalankan perusahaan akan berusaha meningkatkan *incentive* dalam rangka untuk memakmurkan dirinya sendiri sehingga mengabaikan tugas utama yaitu memaksimalkan kemakmuran pemilik.

Manajer yang diberi wewenang sebagai pengelola perusahaan mempunyai lebih banyak informasi tentang kondisi perusahaan dan prospek perusahaan di masa depan dibandingkan pemilik perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan munculnya asimetri informasi antara manajer dengan pemilik perusahaan. Manajer diwajibkan memberikan informasi-informasi tersebut kepada pemilik perusahaan. Informasi tersebut informasi yang diberikan juga harus transparan, tepat, dan dapat dipercaya. Munculnya masalah agensi lebih disebabkan karena kurangnya pengawasan. Sehingga muncullah konsep *Corporate governance*.

2.2.2 Teori Legitimasi

Legitimasi teori dilakukan oleh kontrak sosial yang terjadi antar perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan menggunakan sumber ekonomi dan beroperasi. Teori ini digunakan perusahaan untuk peroperasian dan menggunakan sumber ekonomi. Teori ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan untuk mencapai tujuannya yang sejalan dengan masyarakat luas. Teori ini menganjurkan perusahaan-perusahaan untuk meyakinkan bahwa kinerja dan aktifitasnya dapat diterima oleh masyarakat.

Legitimasi masyarakat merupakan factor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepannya. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2011:87).

Teori legitimasi ini sesuai dengan variabel *corporate social responsibility* yang merupakan suatu bentuk pengabdian perusahaan untuk menyisihkan sebagian harta perusahaan untuk mengecilkan dampak yang negatif memungkinkan dapat terjadi akibat dari kegiatan operasional perusahaan dan usaha perusahaan untuk meningkatkan dampak positif dari operasi perusahaan terhadap semua pihak yang mempunyai kepentingan terutama dipihak sosial dan lingkungan.

2.2.3 *Good Corporate Governance*

2.2.3.1 *Pengertian Good Corporate Governance*

Good corporate governance (GCG) adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan serta pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu system yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. Menurut Agoes (2011:101) mendefinisikan *good corporate governance* sebagai *system* yang mengatur hubungan peran dewan komisaris peran direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan yang baik juga disebut sebagai proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya dan penilaian kinerjanya.

Dalam buku *Good Corporate Governance Tinjauan Etika dalam praktik bisnis* (Hamdani, 2016:20) mendefinisikan corporate governance sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Penerapan *good corporate governance* yang baik diharapkan akan meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengawasan kinerja manajemen. *Good corporate governance* yang baik akan menunjukkan akuntabilitas manajemen atas wewenang pengelolaan perusahaan yang diberikan oleh pemilik.

Definisi *Corporate Governance* sesuai dengan Surat Keputusan Kementerian BUMN RI (2002) Nomor KEP-117/M-MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 tentang penerapan praktik GCG pada BUMN adalah “suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika”. Definisi ini menekankan pada keberhasilan usaha dengan memperhatikan akuntabilitas yang berlandaskan pada peraturan perundangan dan nilai-nilai etika serta memperhatikan *stakeholder* yang tujuan jangka panjangnya adalah mewujudkan dan meningkatkan nilai pemegang saham.

Berdasarkan dari beberapa pengertian yang sudah disebutkan dari *Good Corporate Governance*, maka dapat disimpulkan pengertiannya yaitu *Good*

Corporate Governance merupakan suatu sistem yang mengatur, mengawasi dan mengelola pengendalian usaha dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham dan mengakomodasi berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan seperti konsumen, kreditur, *supplier*, pemerintah, asosiasi usahan dan masyarakat luas serta mengendalikan perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan yang ingin dicapai oleh pihak-pihak yang berkepentingan dan memperhatikan kepentingan *stakeholder* sesuai dengan undang-undang. Hubungan antara *good corporate governance* (GCG) dengan nilai perusahaan adalah tujuan *good corporate governance* (GCG) yaitu menciptakan nilai tambah untuk *stakeholders*. Serta manfaat dari penerapan *good corporate governance* (GCG) dapat diketahui dari harga saham perusahaan yang ingin dibayarkan oleh investor.

2.2.3.2 Tujuan Good Corporate Governance

Tujuan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) pada perusahaan adalah untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dan mendorong pengelolaan secara professional (Sutedi, 2011:5). Manfaat penerapan GCG yaitu untuk meningkatkan kinerja perusahaan, meminimalkan pembiayaan dalam perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor supaya menanamkan modalnya dalam perusahaan. Adapun beberapa tujuan dari penerapan *Good Corporate Governance* adalah sebagai berikut:

- 1) Menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*)
- 2) Memastikan bahwa sasaran yang ditetapkan telah dicapai
- 3) Memastikan bahwa aset perusahaan dijaga dengan baik
- 4) Meminimalkan *cost of capital* dengan menekan risiko yang dihadapi kreditur
- 5) Memastikan perusahaan menjalankan praktik-praktik usaha yang sehat
- 6) Meningkatkan nilai saham perusahaan
- 7) Memastikan kegiatan-kegiatan perusahaan bersifat transparan

2.2.3.3 Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance

Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) yang tertulis dalam pedoman umum *Good Corporate Governance* (GCG) Indonesia itu

terdapat 5 prinsip dari *Corporate Governance* adalah Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, dan kesetaraan yang dijelaskan sebagai berikut (Aisyah, 2016)

A. Transparansi (*Transparency*)

Prinsip yang digunakan untuk menjaga obyektifitas dalam menjalankan bisnis perusahaan harus memberikan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh yang berkepentingan. perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang terdapat pada peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk mengambil keputusan oleh pemegang saham, kreditur, dan yang berkepentingan lainnya.

Pedoman pelaksanaan:

- 1) Prinsip keterbukaan yang dipakai oleh perusahaan tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan kerahasiaan dan keamanan perusahaan sesuai dengan perundang-undangan, rahasia jabatan, dan hak-hak pribadi
- 2) Perusahaan harus menyediakan informasi secara baik dan tepat waktu, jelas, akurat, memadai dan dapat diakses dengan mudah oleh yang berkepentingan sesuai dengan haknya
- 3) Kebijakan perusahaan harus tertulis dan secara sebanding dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan

B. Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus dapat mempertanggung jawabkan performanya secara transparan dan wajar. Oleh sebab itu perusahaan harus dikelola secara baik dan benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan yang berkepentingan lainnya. Akuntabilitas merupakan syarat yang dibutuhkan untuk tercapainya kinerja yang berkesinambungan.

Pedoman pelaksanaan:

- 1) Perusahaan harus bisa meyakinkan bahwa semua badan perusahaan dan semua karyawan mempunyai kompetensi sesuai dengan tugas dan

tanggung jawab dari peranannya dalam pelaksanaa *Good Corporate Governance* (GCG)

- 2) Perusahaan harus memastikan adanya sistem pengendalian internal yang baik dan efektif dalam pengelolaan perusahaan
- 3) Perusahaan harus menetapkan rincian tanggung jawab dan tugas masing-masing bagian perusahaan dan semua karyawan secara selaras, sejalan dan jelas dengan visi, misi, sasaran usahan dan strategi perusahaan
- 4) Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, setiap bagian perusahaan dan semua karyawan harus berpegang pada etika bisnis dan pedoman perilaku (*code of conduct*) yang telah disetujui
- 5) Perusahaan harus memiliki ukuran kinerja untuk semua jajaran perusahaan yang konsisten dengan nilai-nilai perusahaan, strategi perusahaan dan sasaran utama, serta memiliki sistem penghargaan dan sanksi (*reward and punishment system*)

C. *Responsibilitas (Responsibility)*

Perusahaan harus mematuhi aturan-aturan pada perundang-undangan dan melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat serta lingkungan sehingga dapat terpelihara kelangsungan usaha dalam jangka panjang dan mendapatkan pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

Pedoman pelaksanaan:

- 1) Perusahaan harus menjalankan tanggung jawab sosial dengan antara lain peduli terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama yang berada di sekitar perusahaan dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai.
- 2) Badan perusahaan harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap aturan-aturan perundang-undangan, anggaran dasar dan peraturan perusahaan (*by laws*)

D. *Independensi (Independency)*

Untuk melancarkan pelaksanaan pada *Good Corporate Governance*, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing badan perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diterobos oleh pihak lain.

Pedoman pelaksanaan:

- 1) Setiap badan-badan perusahaan harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan, tidak saling mendominasi dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lainnya sehingga tercipta sistem pengendalian internal yang efektif
- 2) Setiap badan-badan perusahaan harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak mudah dipengaruhi oleh pihak manapun, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, bebas dari kepentingan dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif

E. Kesetaraan dan Kewajaran (*Fairness*)

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

Pedoman pelaksanaan:

- 1) Perusahaan harus memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada pemangku kepentingan sesuai dengan kontribusi dan manfaat yang diberikan untuk perusahaan.
- 2) Perusahaan memberikan kesempatan kepada pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat pada kepentingan perusahaan serta membuka akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip transparansi dalam lingkup kedudukan masing-masing.

F. Corporate Governance di Sektor Publik

Sorensen and Torfing, 2009 dalam Nursanita Nasution.,dkk, (2019) corporate governance membentuk jaringan sector publik dengan sektor swastadapat meningkatkan tingkat partisipasi dari pemangku kepentingan dan pembuat kebijakan. Jika hubungan ini tidak baik, maka kinerja perusahaan atau badan publik tersebut juga tidak akan berjalan dengan baik. Sebaliknya, hubungan

yang baik dapat membangun potensi strategis yang akan berdampak pada transparansi dan akuntabilitas sektor publik yang baik

1.2.3.4 Praktek *Good Corporate Governance*

Menurut *The Indonesian Institute of Corporate Governance* (IICG) *Corporate Governance* merupakan struktur, sistem dan proses yang digunakan oleh perusahaan sebagai cara untuk memberikan nilai tambah pada suatu perusahaan secara berkelanjutan untuk jangka yang panjang dengan tetap harus memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, yang berlandaskan moral, budaya, etika, dan aturan (Hapsari, 2018). Oleh sebab itu, Penerapan *Good Corporate Governance* diyakini mampu meningkatkan nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* sangat dibutuhkan keberadaannya pada berbagai perusahaan yang ada. Penerapan *Good Corporate Governance* (tata kelola perusahaan yang baik) akan meningkatkan kinerja keuangan.

Tingginya performa keuangan pada suatu perusahaan akan memberikan efek terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* dapat dijelaskan sebagai suatu sistem yang dapat mengatur dan mengendalikan perusahaan dengan bertujuan agar mendapatkan nilai tambah. Pada setiap perusahaan yang ada harus mempunyai struktur badan perusahaan, pada salah satunya terdiri dari dewan komisaris yang mempunyai peranan penting dalam pelaksanaan *Good Corporate Governance* secara efektif. Badan perusahaan harus melaksanakan tugasnya sesuai dengan ketentuan yang berjalan atas dasar prinsip bahwa setiap badan perusahaan harus memiliki independensi dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya demi untuk kepentingan perusahaan (Ferial *et al.*, 2016).

2.2.4 Dewan Komisaris Independen

Komisaris independen ialah suatu anggota dewan komisaris yang berasal dari luar dari perusahaan public sertaenuhi persyaratan selaku komisaris, sebagaimana terdapat pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 33/PojK.04/2014. Komisaris independen memiliki tugas utama ialah melaksanakan pengawasan serta melindungi terpenuhinya hak dan kewajiban pemegang saham minoritas.

Keberadaan dewan komisaris dibutuhkan dalam perusahaan supaya mengurangi ataupun menengahi akibat yang bisa ditimbulkan dari benturan berbagai macam kepentingan, yang bisa mengabaikan segala kepentingan pemegang saham *public* (pemegang saham minoritas) dengan *stakeholder* lainnya oleh sebab itu dewan komisaris diukur dengan menghitung jumlah anggota dewan komisaris pada suatu perusahaan.

2.2.5 Kepemilikan Manajerial

Swandari (2012) kepemilikan manajerial (*managerial ownership*) adalah kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen. Kepemilikan manajerial yaitu dimana kepemilikan pemegang saham terlibat langsung dalam melakukan kegiatan operasional perusahaannya dengan kata lain yaitu pihak insider pada perusahaan, seperti manajer dan dewan direksi. Manajerial berkesempatan terlibat dalam kepemilikan saham dengan tujuan agar menyetarakan dengan para pemegang saham. Lewat kebijakan ini manajer diharapkan menciptakan kinerja yang baik dan memusatkan dividen pada tingkatan yang rendah. Dengan adanya kepemilikan manajerial diharapkan dapat terpenuhinya masing-masing kepentingan manajer serta pemilik saham dan juga merupakan suatu wujud pengawasan terhadap kebijakan –kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan.

Sudana (2015:4) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial adalah pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan di dalam perusahaan, misalnya direktur dan komisaris. Kepemilikan manajerial sangat bermanfaat dimana manajer ikut ambil bagian dalam kepemilikan saham perusahaan. Manajer kemudian akan berusaha lebih baik untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga ia pun akan menikmati sebagai keuntungan bagiannya tersebut. Semakin besar kepemilikan saham oleh manajerial, maka pihak manajerial akan bekerja lebih baik lagi dalam mewujudkan kepentingan pemegang saham dan akan mengakibatkan meningkatnya kepercayaan, setelah itu nilai perusahaan juga akan naik.

Adapun menurut Fahmi (2014:67), kepemilikan suatu perusahaan dapat terdiri atas kepemilikan institusional maupun kepemilikan individual. Atau campuran keduanya dengan proporsi tertentu, investor institusional memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan investor individual, diantaranya yaitu:

- 1) Investor institusional memiliki sumber daya yang lebih dari pada investor individual untuk mendapatkan informasi
- 2) Investor institusional memiliki profesionalisme dalam menganalisa informasi, sehingga dapat menguji tingkat keandalan informasi
- 3) Investor institusional secara umum memiliki relasi bisnis yang lebih kuat dengan manajemen
- 4) Investor institusional memiliki motivasi yang kuat untuk melakukan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi didalam perusahaan
- 5) Investor institusional lebih aktif dalam melakukan jual beli saham sehingga dapat meningkatkan jumlah informasi secara cepat yang tercermin di tingkat harga

Berdasarkan sebagian definisi diatas, dapat disimpulkan jika kepemilikan manajerial merupakan proporsi saham biasa yang dipunyai oleh para manajemen (direksi serta komisaris) yang diukur dari persentase jumlah saham manajemen. Dengan terdapatnya kepemilikan manajerial dapat mengurangi masalah keagenan, dan semakin besarnya kepemilikan manajerial dalam perusahaan sehingga manajemen akan lebih aktif lagi untuk meningkatkan kinerjanya sebab manajemen mempunyai tanggung jawab yaitu memenuhi keinginan dari pemegang saham yang tidak lain yaitu dirinya sendiri dengan mengurangi resiko keuangan perusahaan melalui penurunan tingkatan hutang.

2.2.6 Komite Audit

Dalam pasal 1 ayat (1) peraturan OJK 55/2015, komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi dewan komisaris. Komite audit adalah sekelompok orang yang dipilih oleh kelompok yang lebih besar untuk mengerjakan pekerjaan tertentu atau untuk melakukan tugas-tugas khusus atau sejumlah anggota dewan komisaris perusahaan klien yang bertanggung jawab

untuk membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari manajemen (Tugiman, 2014).

Adapun berdasarkan Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance* (KNKCG), komite audit adalah suatu komite yang beranggotakan satu atau lebih anggota dewan komisaris dan dapat meminta kalangan luar dengan berbagai pengalaman, keahlian, dan kualitas lain yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan komite audit.

Sedangkan menurut (Hartono dan Nugrahanti, 2014) mengungkapkan bahwa komite audit yaitu salah satu komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dengan tugas dan tanggung jawab utama untuk memastikan prinsip-prinsip GCG terutama transparansi dan disclosure yang diterapkan secara konsisten dan memadai.

Dari sebagian definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komite audit adalah salah satu komite yang dibangun oleh dewan komisaris untuk bisa melakukan tugas serta tanggung jawabnya yang berhubungan dengan tata kelola perusahaan supaya dapat terciptanya efektifitas pengendalian dalam pengelolaan manajemen.

2.2.7 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional memiliki penafsiran selaku proporsi hak milik terhadap jumlah saham perusahaan oleh lembaga keuangan untuk melaksanakan wewenang selaku pengelola dana atas nama pihak lain, dalam perihal ini lembaga yang mempunyai proporsi kepemilikan tersebut dapat melaksanakan pengelolaan dana serta investasi saham. Menurut Ardiansyah (2014) kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lain.

Adapun menurut Pasaribu dan Sulasmiyati,(2016) kepemilikan institusional merupakan persentase saham yang dimiliki oleh institusi. Kepemilikan institusional adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemilik institusi dan *blockholders* pada akhir tahun. Yang dimaksud institusi adalah perusahaan investasi, bank, perusahaan asuransi, maupun lembaga lain yang bentuknya seperti perusahaan. Sedangkan yang dimaksud *blockholders* adalah

kepemilikan individu atas nama perorangan diatas 5% yang tidak termasuk dalam kepemilikan manajerial. Pemegang saham *blockholders* dimasukkan dalam kepemilikan institusional karena pemegang saham *blockholders* dengan kepemilikan saham diatas 5% memiliki tingkat keaktifan lebih tinggi dibandingkan pemegang saham institusional dengan kepemilikan saham dibawah 5% (Sulistiani,2013).

Sedangkan menurut Jensen dan Mekling (1976) dalam Pratiwi (2016) menyatakan kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme *monitoring* yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Hal ini disebabkan investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga mudah percaya terhadap tindakan manipulasi laba.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional adalah kepemilikan hak suara yang dimiliki institusional yang terdiri dari *blockholders* dan pemilik institusi.

2.2.8 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial yaitu suatu konsep jika sebuah perusahaan menggunakan kepedulian sosial dalam memberikan kontribusi jangka panjang pada suatu permasalahan tertentu di masyarakat atau juga lingkungan untuk mewujudkan dan memelihara lingkungan yang jauh lebih baik lagi. Pertanggung jawaban sosial diungkap didalam laporan tahunan *sustainability reporting*, *sustainability reporting* merupakan pelaporan mengenai kebijakan lingkungan, sosial, ekonomi, pengaruh dan kinerja, produk pada konteks pembangunan berkelanjutan. Pengungkapan *corporate social responsibility* pada *annual report* perusahaan telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2009) yang menyarankan supaya mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Adapun definisi dari *corporate social responsibility* merupakan suatu konsep jika perusahaan harus menanggapi masyarakat sosial secara sebaik mungkin dan memberikan keuntungan financial kepada pemegang saham dan

tetap harus berkelanjutan dalam waktu jangka panjang yang pada akhirnya para manager akan sadar jika keputusan untuk menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu keharusan yang dilakukan oleh perusahaan untuk perencanaan yang strategis.

Adiatma (2016) menyatakan bahwa prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan menjadi ada tiga, yaitu:

1) *Sustainability*

Ini merupakan suatu tindakan yang dilakukan dan diambil saat ini, dan mestinya berlanjut hingga dimasa depan. Sumber daya yang ada hendaknya tidak hanya dimanfaatkan untuk masa sekarang saja, tetapi juga digunakan untuk masa mendatang. Inilah yang menjadi fokus CSR, yaitu adanya berkelanjutan.

2) *Accountability*

Yang dimaksud dari prinsip CSR ini adalah perusahaan yang melakukan program CSR hendaknya dapat mempertanggungjawabkan apa yang dikerjakan. Prinsip ini lebih menekankan pada kemampuan perusahaan dalam memberikan efek dan kontribusi bagi untuk internal maupun eksternal perusahaan.

3) *Transparancy*

Prinsip CSR ini tidak bisa luput dari perhatian, perusahaan yang melaksanakan program CSR mesti jelas dan transparan dalam kegiatannya serta tidak ada sesuatu yang disembunyikan dalam membuat laporan. Setiap tindakan yang dilakukan hendaknya hadir secara nyata dan dapat dilihat secara terbuka, dengan kata lain mekanismenya harus jelas.

Adapun menurut Sirait, (2018) dapat dikatakan pada prinsip-prinsip dasar CSR sebagaimana dinyatakan oleh ahli CSR (*corporate social responsibility*) dari *University ff Bath* Inggris ialah Alyson Warhust. Dimana ia menerangkan bahwa ada delapan prinsip yang wajib dicermati dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, yaitu sebagai berikut:

1) *Prioritas Perusahaan*

Perusahaan harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi dan penentu utama dalam pembangunan berkelanjutan. Sehingga perusahaan

dapat membuat kebijakan, program, dan praktik dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dengan cara bertanggung jawab secara sosial.

2) Manajemen Terpadu

Manajer merupakan pengendali dan pengambil keputusan harus mampu mengintegrasikan setiap kebijakan dan program dalam aktivitas bisnisnya, sebagai salah satu unsur dalam fungsi manajemen.

3) Perbaikan

Setiap kebijakan, program, dan kinerja sosial harus dilakukan dengan evaluasi secara seimbang berdasarkan atas temuan riset yang mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara global.

4) Pendidikan Karyawan

Karyawan sebagai stakeholder harus meningkatkan kemampuan dan keahliannya, oleh karena itu perusahaan harus memotivasi mereka melalui program pendidikan dan pelatihan.

5) Pengkajian

Perusahaan sebelum melakukan kegiatan apapun harus terlebih dahulu melakukan kajian mengenai dampak sosialnya. Kegiatan ini tidak hanya dilakukan pada saat memulai suatu kegiatan, tapi juga pada saat mengakhiri suatu kegiatan.

6) Informasi Publik

Memberikan informasi dan mengadakan pendidikan terhadap konsumen, distributor, dan masyarakat umum tentang penggunaan, penyimpanan, dan pembuangan atas suatu produk atau jasa.

7) Pencegahan

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan merupakan upaya mencegah dampak sosial yang bersifat negative, seperti memodifikasi manufaktur, pemasaran atau penggunaan atas produk barang atau jasa yang sejalan dengan hasil penelitian yang relevan.

8) Siaga Menghadapi Darurat

Perusahaan harus menyusun dan merumuskan rencana dalam menghadapi keadaan darurat. Dan bila terjadi keadaan berbahaya perusahaan harus bekerja sama dengan layanan gawat darurat, dan berwenang.

Terdapat manfaat *Corporate Social Responsibility* Ulum et al (2014), yaitu:

- 1) Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perilaku tidak pantas yang diterima perusahaan.
- 2) *Corporate Social Responsibility* dapat berfungsi sebagai pelindung yang akan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
- 3) Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik dan konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar.
- 4) *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan secara konsisten akan memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholder.
- 5) Meningkatkan penjualan dan konsumen akan lebih menyukai perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosialnya konsisten sehingga memiliki reputasi yang baik di lingkungan masyarakat.
- 6) Mendorong perusahaan agar lebih giat lagi dalam menjalankan kegiatan tanggung jawab sosialnya.

Sedangkan menurut Sunaryo et al (2018) menjelaskan jika perhitungan indeks *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks (CSRDI)*, dilakukan dengan menggunakan pendekatan ekonomi adalah setiap item CSR dalam instrument penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan akan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan akan diberi nilai 0. Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan agar dapat memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

2.2.9 Nilai Perusahaan

Perusahaan memiliki salah satu tujuan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan dapat digunakan sebagai tolok ukur untuk keberhasilan perusahaan karena dengan cara meningkatkan nilai perusahaan artinya sama dengan meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Adapun menurut Sudana (2011:7) teori dibidang keuangan mempunyai satu tujuan, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham

atau pemilik perusahaan. Tujuan ini dapat terwujud dengan cara memaksimalkan nilai pasar perusahaan. Bagi perusahaan yang sudah *Go Public*, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dapat dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan, yaitu:

- 1) Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang.
- 2) Mempertimbangkan faktor resiko.
- 3) Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
- 4) Memaksimalkan nilai perusahaan dengan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh public terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil Harmono, (2014:50). Adapun menurut Suad dan Pudjiastuti, (2012:6) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang dimiliki oleh pemilik perusahaan.

Pada penelitian ini pengukuran nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Price Earning Ratio* (PER). Sedangkan menurut Irham Fahmi, (2015:138) pengukuran nilai perusahaan dengan *Price Earning Ratio* (PER) merupakan perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER adalah suatu fungsi dari perubahan pada kemampuan laba yang diharapkan dimasa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.3.1 Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan

Dewan komisaris independen adalah sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal pada perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan Alfinur (2016) menyatakan bahwa *non-executive director* (komisaris independen) dapat bertindak sebagai penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal dan mengawasi kebijakan manajemen serta memberikan nasihat kepada manajemen. Didasarkan pada pemikiran bahwa semakin tinggi proporsi komisaris independen dalam perusahaan, maka diharapkan pemberdayaan dewan komisaris ini dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi secara efektif dan lebih memberikan nilai tambah bagi perusahaan (Perdana, 2014). Hasil penelitian Alfinur (2016), dan Perdana (2014), menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan

Pada penelitian yang dilakukan Dewi dan Sanica,(2017) Sholekah dan Venusita,(2014) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, adapun penelitian dari Dian dan Lidyah,(2014) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kepemilikan manajerial akan mensejajarkan kepentingan manajemen dengan pemegang saham, sehingga akan memperoleh manfaat langsung dari keputusan yang diambil serta menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Pernyataan tersebut menyatakan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung lebih giat untuk memenuhi kepentingan pemegang saham sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Enggar Fibria, 2013). Maka berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.3 Pengaruh Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Komite audit yaitu komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk melaksanakan tugas pengawasan serta tanggung jawab membantu auditor independen. Komite audit juga memiliki tugas untuk membantu dewan komisaris agar memastikan jika laporan keuangan disajikan secara baik dan wajar sesuai dengan pada prinsip akuntansi yang berlaku, adapun struktur pengendalian internal perusahaan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya, pelaksanaan audit eksternal maupun internal dilakukan dengan standar audit yang berlaku pada saat itu.

Adapun teori oleh (Jensen dan Meckling, 1976) menyatakan bahwa *corporate governance* sangat berkaitan dengan bagaimana membuat para investor yakin bahwa manajer akan memberikan keuntungan bagi mereka, yakin bahwa manajer tidak akan menggelapkan atau menginvestasikan ke dalam proyek-proyek yang tidak menguntungkan berkaitan dengan modal yang telah ditanamkan oleh investor. Dengan menjalankan seluruh fungsi komite audit secara efektif, maka kontrol terhadap perusahaan akan lebih baik sehingga mengurangi konflik yang akan terjadi akibat keinginan manajemen untuk selalu meningkatkan kekayaannya sendiri dapat diminimumkan.

Penelitian yang dilakukan (Widyaningsih, 2018). (Syafitri *et al*, 2018), (Sarafina dan saifi, 2017), dan (Tambunan *et al*, 2017) menyatakan komite audit memiliki pengaruh hubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan artian bahwa komite audit ini membantu sebagai dewan komisaris dengan menjaga terciptanya sistem pengawasan pada perusahaan yang memadai. Maka berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.4 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut penelitian (Alfinur, 2016), menjelaskan jika kepemilikan institusional dapat menekan kecenderungan manajemen untuk memanfaatkan discretionary dalam laporan keuangan sehingga memberikan kualitas laba yang dilaporkan. Kepemilikan institusional itu mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melewati proses pengawasan secara detail

sehingga dapat mengurangi tindakan manajemen untuk melakukan manajemen laba.

Dengan adanya investor institusional mampu mengoptimalkan pengawasan kerja manajemen dengan selalu *monitoring* setiap keputusan yang dilakukan oleh pihak manajemen sebagai pengelola perusahaan dengan kepemilikan saham yang tinggi, sehingga pihak institusi juga meminta pertanggungjawaban yang sesuai dengan jumlah saham yang dimiliki (Nurfaza et al, 2017). Oleh sebab itu, kepemilikan institusional memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.5 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu instrument yang inovatif yang dapat membantu perusahaan untuk peka dan adaptif terhadap lingkungan dan kehidupan lingkungan serta kehidupan masyarakat (Faiqoh dan Mauludy, 2019). Adapun menurut Bungaran Antonius (2017:96) manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan secara umum dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan dapat mengimplementasikan melalui tiga hal yaitu keuntungan, masyarakat, lingkungan.

Dengan perusahaan melaksanakan CSR pada lingkungan perusahaan menjadikan masyarakat semakin mengenal perusahaan serta dapat merasakan manfaat yang ditimbulkan oleh perusahaan, sehingga dapat menyebabkan masyarakat untuk tertarik pada perusahaan. perusahaan yang melaksanakan CSR berarti juga melaksanakan tugas dan kegiatan sehari-harinya, sebagai wadah untuk memperoleh keuntungan melalui usaha yang dijalankan dan dikelola oleh yang bersangkutan (Azheri, 2012).

Penelitian yang dilakukan (Karwini dan Astawa, 2020) serta Endiana (2019) menyatakan jika CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₅ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Kerangka konseptual atau pengertian lainnya yaitu kerangka pemikiran merupakan suatu rangkaian konsep dasar secara teoritis dan sistematis yang menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti (Zamzam, 2018).

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

