

BAB II

KAJIAN PUSAKA

2.1. Review Hasil Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa referensi yang berhubungan dengan objek penelitian. Referensi diambil dari beberapa buku yang berhubungan dengan penelitian dan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis sebelumnya. Adapun beberapa hasil penelitian sebelumnya antara lain :

1. Retno dan Priantinah (2012) membuktikan bahwa GCG dan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. Indikator yang digunakan dalam mengukur GCG pada penelitian ini yaitu berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh *Indonesian Institute of Corporate Governance (IICG)* berupa *Corporate Governance Perception Index (CGPI)*, sedangkan CSR diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan CSR.
2. Hardikasari (2011) melakukan penelitian serupa dengan objek perusahaan-perusahaan perbankan. Konsep indikator mekanisme *Corporate Governance* yang dipakai dalam penelitian ini terdiri dari: ukuran dewan direksi, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan oleh industri perbankan di Indonesia. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2006-2008. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda, pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian Hardikasari (2011) ini menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kinerja keuangan. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan.

3. Okta Windasari (2017:05) melakukan penelitian tentang pengaruh *Good Corporate Governance* , Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility*(CSR) terhadap nilai perusahaan. Dengan mengambil sampel perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2011-2015. Sampel penelitian ini sebanyak 37 perusahaan dengan 148 observasi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* bukan merupakan variabel *intervening* dalam pengaruh mekanisme *Good Corporate Governance* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Saridewi et.al (2016:01) melakukan pengujian antara hubungan profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan. Pengujian ini dilakukan terhadap 20 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Erawati (2017) melakukan pengujian terhadap *Corporate Social Responsibility* pemoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan. Pada penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2011–2014.
6. Purnamawati (2017) melakukan pengujian pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel pemoderasi. Pengujian dilakukan terhadap 44 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria *Purposive*

Sampling dari tahun 2012 sampai tahun 2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara mekanisme GCG dengan nilai perusahaan, sedangkan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan ditemukan hasil yang tidak signifikan. Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan, namun pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara kepemilikan institusional dengan nilai perusahaan.

7. Soedaryono dan Riduifana (2013) melakukan penelitian pengaruh *Good Corporate Governace* terhadap nilai perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi dan komite nominasi dan remunerasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan rapat direksi, dewan komisaris independen dan rapat komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Komite audit memiliki pengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran dewan direksi memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Komite nominasi dan remunerasi memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui tanggung jawab sosial perusahaan.

2.2.Landasan Teori

2.2.1. Teori Keagenan

Teori keagenan (agency theory) diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976 dan teori ini merupakan dasar untuk memahami tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*). Menurut Hidayati (2015) bahwa hubungankeagenan terjadi ketika perbedaan kepentingan antara pemegang saham principal dan manajemen agent, serta hubungan kontraktual antara pihak yang mendelegasikan pengambilan keputusan tertentu dengan pihak yang menerimapendelegasian tersebut. Dalam hubungan kontraktual tersebut pihak principal memiliki wewenang sebagai pemilik sekaligus investor untuk mendelegasikantugas kepada agent untuk bertindak sesuai keinginan principal dalam mengelolaperusahaan. Masalah keagenan muncul karena adanya

oportunistik dari agent yaituperilaku manajemen untuk memaksimalkan kesejahteraan sendiri yang berlawanan dengan kepentingan principal. Manajer memiliki dorongan untuk memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memperlihatkan reaksi pasarnya yang baik untuk tujuan mendapat bonus principal.

Eisenhardt dalam Agustia (2013:24-42) menggunakan tiga asumsi sifat dasar manusia guna menjelaskan tentang teori agensi yaitu (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*). Tiga hal tersebut yang menimbulkan sifat oportunis yang kemudian akan menimbulkan konflik keagenan.

Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut. Hubungan antara principal dan agent dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena agent berada pada posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan principal. Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong agent untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui principal. Konflik kepentingan dan asimetri informasi yang muncul dapat dikurangi dengan mekanisme pengawasan yang tepat untuk menyelaraskan kepentingan berbagai pihak di perusahaan. Mekanisme pengawasan yang dimaksud dalam teori agensi dapat dilakukan dengan menggunakan mekanisme *Corporate Governance*.

Corporate Governance diharapkan bisa berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada para investor bahwa mereka akan menerima return atas dana yang telah mereka investasikan. Penerapan *Corporate Governance* juga dapat memberikan kepercayaan terhadap kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan pemilik (pemegang saham), sehingga dapat meminimalkan konflik kepentingan dan biaya keagenan (*agency cost*). *Good Corporate*

Governance menghasilkan berbagai mekanisme yang bertujuan untuk meyakinkan bahwa tindakan manajemen sudah selaras dengan kepentingan pemegang saham (Susiana dan Herawaty, 2007).

Secara keseluruhan, masalah biaya keagenan dan biaya dari tindakan yang dilakukan untuk meminimalkan masalah keagenan disebut sebagai biaya keagenan (*agency costs*). Biaya ini sering kali diidentifikasi dengan manfaat langsung yang diterima oleh agen serta nilai sekarang (*present value*) yang negatif. Biaya keagenan ditemukan ketika terdapat perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajer, atasan dengan bawahan, antar manajer dari departemen, atau kantor cabang yang saling bersaing.

2.2.2. Positive Accounting Theory (PAT)

Hery (2017:105) mengutarakan bahwa teori akuntansi positif memiliki ciri pemecahan masalah (*problem solving*) yang disesuaikan dengan realitas praktek akuntansi. Pendekatan yang digunakan dalam teori akuntansi positif adalah pendekatan ekonomi dan perilaku. Tujuan dari teori akuntansi positif adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktek akuntansi. Praktek akuntansi muncul sejalan dengan pertumbuhan aktivitas bisnis. Teori akuntansi positif menyediakan seperangkat prinsip atau konsep yang luas untuk menjelaskan, yang berarti memberi jawaban terhadap praktek akuntansi yang berlaku dan memprediksi fenomena yang terjadi. Teori akuntansi positif berupaya menjelaskan sebuah proses, yang menggunkan kemampuan, pemahaman, dan pengetahuan akuntansi serta penggunaan kebijakan akuntansi yang paling sesuai untuk menghadapi kondisi tertentu di masa mendatang.

Watts dan Zimmerman (1986) berpendapat bahwa terdapat tiga hipotesis dalam teori akuntansi positif (*positive accounting theory*) yang dapat memotivasi manajer melakukan manajemen laba. Hipotesis-hipotesis tersebut adalah: “*bonus plan hypothesis* (hipotesis program bonus), *debt covenant hypothesis* (hipotesis perjanjian hutang), dan *political cost hypothesis* (hipotesis biaya politik).” Hubungan antara *positive accounting theory* dengan penelitian ini adalah hipotesis-hipotesis dalam teori akuntansi positif yang dapat digunakan untuk

pemilihan keputusan manajemen untuk menggunakan prinsip Konservatisme Akuntansi.

2.2.3. Good Corporate Governance

2.2.3.1. Pengertian Good Corporate Governance

Menurut IICG (*The Indonesian Institute for Corporate Governance*) *Good Corporate Governance* dapat didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organisasi perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan Stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan norma yang berlaku. Effendi (2009) dalam bukunya *The Power of Good Corporate Governance*, pengertian GCG adalah suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan guna memenuhi tujuan bisnisnya melalui pengamanan aset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang.

Dari pendapat pakar diatas dapat dikatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) adalah seperangkat peraturan yang mengatur, mengelola dan mengawasi hubungan antara para pengelola perusahaan dengan stakeholders disuatu perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang melakukan peningkatan pada kualitas GCG menunjukkan peningkatan penilaian pasar, sedangkan perusahaan yang mengalami penurunan kualitas GCG, cenderung menunjukkan penurunan pada penilaian pasar (Cheung, 2011).

Corporate Governance adalah salah satu mekanisme yang dapat memberi pengaruh pada pihak manajemen dalam menerapkan prinsip akuntansi yang terkait dengan prinsip konservatisme akuntansi (Fala,2007). Pengguna laporan keuangan perlu memahami kemungkinan bahwa perubahan laba akuntansi selain dipengaruhi oleh kinerja manajer juga dapat dipengaruhi oleh kebijakan konservatisme akuntansi yang dipilih oleh manajer (Lo,2005 dalam Dewi dan Suryanawa, 2014). Konsep *Corporate Governance* berkaitan erat dengan kepercayaan baik pada perusahaan yang melaksanakannya maupun pada iklim usaha di suatu Negara.

Konsep GCG belakangan ini makin mendapat perhatian masyarakat dikarenakan GCG memperjelas dan mempertegas mekanisme hubungan antar para pemangku kepentingan di dalam suatu organisasi yang mencakup:

- a. Hak-hak para pemegang saham (*shareholders*) dan perlindungannya.
- b. Peran para karyawan dan pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) lainnya.
- c. Pengungkapan (*disclosure*) yang akurat dan tepat waktu.
- d. Transparansi terkait dengan struktur dana operasi perusahaan.
- e. Tanggung jawab dewan komisaris dan direksi terhadap perusahaan itu sendiri, para pemegang saham, dan pihak lain yang berkepentingan.

Good Corporate Governance (GCG) merupakan prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberi pertanggung jawaban kepada para *shareholder* khususnya dan *stakeholders* pada umumnya. Hal ini dimaksudkan untuk mengatur kewenangan direktur, manajer, pemegang saham, dan pihak lain yang berhubungan dengan perkembangan perusahaan di lingkungan tertentu. Apabila mekanisme *Good Corporate Governance* tersebut dapat berjalan dengan efektif dan efisien, maka seluruh proses aktivitas perusahaan akan berjalan dengan baik, sehingga hal-hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan baik yang sifatnya kinerja finansial maupun non finansial akan juga turut membaik.

2.2.3.2. Prinsip Good Corporate Governance

Menurut Sutedi (2012:10) kesadaran pentingnya pengelolaan perusahaan yang baik itu sangat diharapkan terdapat di dalam setiap perusahaan. Kesadaran ini di perlukan agar informasi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dipercaya kebenarannya.

Adapun beberapa prinsip tersebut, yaitu :

1. *Transparency* (Keterbukaan)

Perusahaan harus memiliki informasi yang memadai, akurat, dan tepat waktu kepada *stakeholders*. Perusahaan harus meningkatkan kualitas, kuantitas, dan frekuensi dari pelaporan keuangan, ini semua untuk mengurangi kegiatan curang

seperti manipulasi laporan (*creative accounting*) atau manajemen laba (*earnings management*), pengakuan pajak yang salah, dan penerapan dari prinsip-prinsip pelaporan yang cacat.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)

Setiap hal yang dilakukan oleh perusahaan itu harus di laporkan atau harus diketahui oleh *stakeholders*, itu semua adalah bentuk pertanggungjawaban dari perusahaan kepada *stakeholders*. Apalagi, bila dalam perusahaan tersebut terjadi kesalahan seperti integritas manajemen yang rendah, etika bisnis yang buruk, dan aturan kekuatan dari pada aturan hukum.

3. *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Kesesuaian dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangannya yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

4. *Independency* (Kemandirian)

Suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara professional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

5. *Fairness* (Kewajaran)

Keadilan dan kesetaraan di dalam memenuhi hak-hak *stakeholders* yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.2.3.3. *Mekanisme Good Corporate Governance*

Mekanisme merupakan cara kerja sesuatu secara tersistem untuk memenuhi persyaratan tertentu. Mekanisme *Corporate Governanc* merupakan suatu prosedur dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil keputusan dengan pihak yang melakukan control atau pengawasan terhadap keputusan. Menurut Iskandar & Chamlou (2000) dalam Lastanti (2004), mekanisme dalam pengawasan *Corporate Governanc* dibagi dalam dua kelompok yaitu internal dan external mechanisms.

Menurut Daniri (2005), mekanisme internal adalah cara untuk mengendalikan perusahaan dengan menggunakan struktur dan proses internal seperti rapat umum pemegang saham (RUPS), Direksi serta Dewan Komisari

guna memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya. Sedangkan mekanisme eksternal adalah cara mempengaruhi perusahaan selain dengan menggunakan mekanisme internal, seperti pengendalian oleh perusahaan dan pengendalian pasar.

Mekanisme *Corporate Governance* dalam penelitian ini meliputi kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit dan komisaris independen. Masing-masing mekanisme tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain (Tarjo, 2008). Organisasi memiliki kemampuan untuk bertahan apabila terdapat pemisahan antara pemilik dan pengendalinya. Struktur kepemilikan saham dalam suatu perusahaan dapat terdiri atas kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi dan kepemilikan saham oleh manajerial. Institusi sebagai pemilik saham dianggap lebih mampu dalam mendeteksi kesalahan yang terjadi. Hal ini dikarenakan investor institusi lebih berpengalaman dibandingkan dengan investor individual. Dengan demikian akan semakin membatasi pihak manajemen dalam memainkan angka-angka dalam laporan keuangan (Sriwedari, 2009).

Adanya monitoring yang efektif oleh pihak institusional menyebabkan penggunaan utang menjadi menurun. Hal ini karena peranan utang sebagai salah satu alat monitoring sudah diambil alih oleh kepemilikan institusional. Tindakan monitoring oleh pihak investor institusional dapat mengurangi perilaku oportunistik atau mementingkan diri sendiri yang dilakukan oleh manajer sehingga manajer dapat lebih memfokuskan perhatiannya terhadap kinerja perusahaan (Oktadella dan Zulaikha, 2011). Monitoring tersebut tentunya akan menjamin kemakmuran untuk pemegang saham, pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional memiliki kelebihan yaitu memiliki

profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji keandalan informasi serta memiliki motivasi yang kuat untuk melaksanakan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.

2. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan persentase saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan yang meliputi komisaris dan direksi. Kepemilikan manajemen merupakan salah satu mekanisme yang dipergunakan agar pengelola melakukan aktivitas sesuai kepentingan pemilik perusahaan. Kepemilikan manajerial dimaksudkan untuk memberi kesempatan manajer terlibat dalam kepemilikan saham, sehingga kedudukan manajer sejajar dengan pemilik perusahaan (Oktadella dan Zulaikha, 2010). Kepemilikan manajerial merupakan salah satu isu penting dalam teori keagenan sejak dipublikasikan oleh Jensen dan Meckling (1976:315) dalam Sriwedari (2009), yang menyatakan bahwa dengan semakin besarnya proporsi kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan maka manajemen akan berupaya lebih giat untuk memenuhi kepentingan pemegang saham yang juga adalah dirinya sendiri.

Sedangkan menurut Widarjo *et al.*, (2010) kepemilikan manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus pemilik atau pemegang saham perusahaan. Manajer yang memiliki saham dalam perusahaan akan berusaha meningkatkan kinerja perusahaan, karena dengan meningkatnya laba perusahaan maka insentif yang diterima oleh manajer akan meningkat pula. Sebaliknya apabila kepemilikan manajer turun, maka biaya keagenannya akan meningkat. Hal ini dikarenakan manajer akan melakukan tindakan yang tidak memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, manajer akan cenderung memanfaatkan sumber-sumber perusahaan untuk kepentingan sendiri. Semakin besar proporsi kepemilikan manajerial pada perusahaan, maka manajemen cenderung giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain dirinya sendiri. Kepemilikan perusahaan juga terkait dengan pengendalian operasional perusahaan. Dengan semakin besarnya kepemilikan manajer, maka manajer dapat lebih leluasa dalam mengatur pemilihan metode

akuntansi, serta kebijakan-kebijakan akuntansi penting terkait dengan masa depan perusahaan (Oktadella dan Zulaikha, 2010).

3. Ukuran Komite Audit

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 (KNKG, 2006). Peraturan mengenai komite audit dikeluarkan oleh Bapepam pada Mei 2000, melalui SE/03/PM/2000, Keputusan Ketua Bapepam Kep-29/PM/2004, Peraturan Bapepam-LK No.IX 1.5, Peraturan Bank Indonesia No. 8/4/PBI/2006, Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-09/MBU/2012. Berdasarkan peraturan ini dijelaskan bahwa komite audit harus memiliki sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang anggota, seorang diantaranya merupakan komisaris independen yang sekaligus merangkap sebagai ketua komite audit, sedang anggota lainnya merupakan pihak ekstern yang independen dimana sekurang-kurangnya satu diantaranya memiliki kemampuan di bidang akuntansi dan atau keuangan.

Tujuan pembentukan komite audit adalah memastikan laporan keuangan yang dikeluarkan tidak menyesatkan dan sesuai dengan praktik akuntansi yang berlaku umum, memastikan bahwa internal kontrol perusahaan memadai, menindaklanjuti dugaan adanya penyimpangan yang material di bidang keuangan dan implikasi hukumnya, dan merekomendasikan seleksi auditor eksternalnya (Jama'an, 2008).

4. Komisaris Independen

Di dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Task Force Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance*). Kehadiran komisaris independen dalam dewan dapat menambah kualitas aktivitas pengawasan dalam perusahaan, karena mereka tidak terafiliasi dengan perusahaan sebagai pegawai (Andarini dan Januarti, 2010).

Komisaris independen bertujuan untuk menyeimbangkan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam rangka perlindungan terhadap pemegang saham minoritas dan pihak-pihak lain yang terkait. Keberadaan komisaris independen dalam perusahaan berfungsi untuk mengawasi dan melindungi pihak-pihak diluar manajemen perusahaan, menjadi penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal dan mengawasi kebijakan manajemen serta memberikan nasihat kepada manajemen, sehingga komisaris independen merupakan posisi terbaik untuk melaksanakan fungsi monitoring agar tercipta perusahaan yang *Good Corporate Governance* dan menghasilkan laporan keuangan yang berintegritas tinggi (Susiana dan Herawaty,2007).

2.2.4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2012), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2012).

Samuel (2013) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2015) dalam Nurlela dan Islahuddin (2012) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan judgment. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu : nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah : a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau

price earning ratio, metode kapitalisasi proyeksi laba; b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; d) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva; e) pendekatan harga saham; f) pendekatan economic value added (Suharli, 2015:50).

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi.

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar bisa menjadi ukuran nilai perusahaan. Penilaian terhadap perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal. Kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan setiap waktu secara signifikan. Sebelum krisis nilai perusahaan dan nominalnya cukup tinggi. Tapi setelah krisis kondisi perusahaan merosot sementara nilai nominalnya tetap (Herwidayatmo, 2000).

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Gapensi, 2011).

2.2.5. Corporate Social Responsibility

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela

mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2011:27 dalam Anggraini, 2012:67). Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2011:13 dalam Anggraini, 2012:10). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR, dan dapat pula dijadikan cermin dan guideline untuk menentukan model CSR yang tepat (Suharto, 2011:35).

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Tentu saja dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan.

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR:

- a. Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
 - b. Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah. Perusahaan yang termasuk kategori ini adalah perusahaan besar, namun pelit.
 - c. Perusahaan Humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSRnya relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
 - d. Perusahaan Reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju.
2. Berdasarkan tujuan CSR: apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:
- a. Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas, bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekadar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
 - b. Perusahaan Impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan "tebar pesona" daripada "tebar karya".
 - c. Perusahaan Agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.
 - d. Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu-sama lain bagi kemajuan perusahaan.

2.2.5.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Martin Freedman, dalam Henny dan Murtanto (2013:14) dalam Kuntari dan Sulistyani (2014:18), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

a. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

b. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut (Henry dan Murtanto, 2011:28 dalam Kuntari dan Sulistyani, 2013:19) :

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa. Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudit* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Darwin (2012:10) dalam Anggraini (2014:29) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis

organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org).

Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar (2015:30), peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator- indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu :

- Indikator Kinerja Lingkungan (*environmentperformance indicator*)
- Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- Indikator Kinerja Sosial (*socialperformance indicator*)
- Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu Indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

2.3.Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, oleh karena itu harus diuji secara empiris. Pengembangan hipotesis penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

2.3.1. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan institusional merupakan jumlah saham suatu perusahaan yang dimiliki atau dibeli oleh institusi (lembaga) lain di luar perusahaan (Tarjo, 2008). Nilai perusahaan secara positif dipengaruhi oleh tingkat kepemilikan institusional (Barclay dan Holderness, 1990).Pizarro et al. (2006) serta Bjuggret al. (2007) mengungkapkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh kepemilikan institusional. Adanya kepemilikan oleh pihak institusi tentunya akan menambah pihak yang berlatar belakang profesi, pendidikan serta

pengalaman dalam perusahaan yang mendorong peningkatan nilai perusahaan (Muliawan, 2012).

Dalam penelitian Nugraha (2009) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati dan Triatmoko (2007) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Chen, Blenman, dan Chen (2008) dalam penelitiannya di Selandia Baru menyatakan bahwa peningkatan jumlah kepemilikan institusional mempromosikan kinerja perusahaan yang kuat. Hasil penelitian yang diperoleh oleh Slovin dan Sushka (1993) dalam Yulianti (2009) yang menunjukkan bahwa nilai perusahaan akan meningkat jika pemilik institusi dapat menjadi alat monitoring yang cukup efektif.

Penelitian oleh Sari dan Riduawan (2011) serta Nuraina (2012) menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat Kepemilikan Institusional maka semakin tinggi pula tingkat pengendalian yang dilakukan oleh pihak eksternal terhadap perusahaan sehingga *agency cost* yang terjadi di dalam perusahaan akan semakin berkurang dan nilai perusahaan juga akan semakin meningkat.

Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Permanasari (2010) dan Isti'adah (2015) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena pemilik investor mayoritas cenderung melakukan kompromi dengan manajemen dan mengabaikan kepentingan investor minoritas.

Penelitian oleh Rahma (2014) menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan rendahnya persentase Kepemilikan Institusional tidak dapat secara maksimal melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap kinerja manajemen. Apabila pengawasan tidak maksimal maka manajemen akan melakukan keputusan-keputusan yang menguntungkan satu pihak saja.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.2. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen perusahaan (direksi dan komisaris) (Rachmad, 2012). Jensen dan Meckling (1976) mengatakan bahwa kinerja dan motivasi karyawan dapat ditingkatkan dengan adanya kepemilikan manajerial, hal ini disebabkan oleh manajer yang akan lebih memikirkan dengan matang setiap tindakan yang akan diambilnya. Oleh sebab itu, dugaan yang timbul dari kepemilikan manajemen yaitu akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan (Amanti, 2012).

Kepemilikan manajerial akan mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan, karena mereka juga memiliki perusahaan. Kinerja perusahaan yang meningkat akan meningkatkan nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Morck et al. (1988) dalam Faizal (2004) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan (Tobin's Q) pada level antara 0% - 5%, dan berhubungan negatif pada level 5%-25%. Barnhart dan Rosenstein (1998) yang menguji hubungan antara nilai perusahaan, kepemilikan manajerial dan komposisi dewan direksi menyimpulkan hubungan nilai perusahaan terhadap kepemilikan manajerial merupakan hubungan yang non-linear dimana akan meningkat sejalan dengan peningkatan kepemilikan manajerial pada level kepemilikan manajerial 5%, kemudian turun dengan level kepemilikan manajerial 5-25% dan kembali meningkat pada saat kepemilikan manajerial pada level di atas 25%.

Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan (Dwi Yana, 2007) dalam Yuniasih dan Wirakusuma (2009). Soliha dan Taswan (2002) dalam Christiawan dan Tarigan (2007) menemukan hubungan yang signifikan dan positif antara kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Taswan (2003) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Barako et al (2006) juga menunjukkan nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh kepemilikan manajerial.

Penelitian oleh Solekhah dan Venusita (2014) menyatakan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya semakin tinggi jumlah saham yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Nurhayati dan Medyawati (2012) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena Kepemilikan Manajerial belum dapat dipandang sebagai mekanisme yang tepat dalam mengurangi konflik kepentingan antara pemilik dan manajer.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.3. Pengaruh Ukuran Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan

Komite audit adalah sekelompok orang yang dipilih dari dewan komisaris perusahaan yang bertanggung jawab dalam mengawasi proses pelaporan keuangan. Monitoring proses laporan keuangan yang mampu menjaga kredibilitas pelaporan keuangan dapat dilakukan oleh komite audit (Bradbury et al, 2004), selain itu komite audit juga berfungsi untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan (Forker, 1992). Penelitian Black et al. (2003) mengungkapkan bahwa keberadaan komite audit berpengaruh pada nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hariarti dan Rihatiningtyas (2015) mengungkapkan bahwa komite audit berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena komite audit bukan menjadi salah satu faktor penentu untuk meningkatkan efektifitas fungsi komite audit, khususnya yang berhubungan dengan benturan kepentingan, perbuatan yang merugikan perusahaan dan kecurangan. Frekuensi pertemuan yang tinggi akan menyebabkan intensnya pembicaraan mengenai benturan kepentingan tersebut, sehingga pasar menganggap keberadaan komite audit bukanlah faktor yang mereka pertimbangkan dalam mengapresiasi nilai perusahaan.

Hasil penelitian berbeda dilakukan oleh Isti'adah (2015) yang menyatakan bahwa komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

karena keberadaan komite audit serta perannya dalam mengadakan rapat secara periodik dalam mendiskusikan isu-isu signifikan, menambah kepercayaan investor untuk menanam saham di perusahaan tersebut.

Hasil yang sama juga dilakukan oleh Effendi (2016) yang menyatakan bahwa dengan diadakannya rapat secara rutin dan berkala, komite audit dapat melakukan pengawasan terhadap kinerja manajemen dalam bidang finansial maupun non finansial.

Banyaknya rapat yang diadakan komite audit dapat meningkatkan tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.4. Pengaruh Ukuran Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan

Dewan komisaris independen (Board independent) adalah komisaris yang tidak mempunyai ikatan bisnis atau hubungan keluarga dengan pemegang saham maupun direksi (Rachmad, 2012).

Kepentingan manajer dan pemegang saham dapat diselaraskan oleh adanya dewan komisaris, karena mereka mewakili mekanisme internal utama untuk mengawasi perilaku yang mengeksploitasi peluang atau keuntungan jangka pendek dan mengabaikan keuntungan jangka panjang manajemen, hal ini dapat dilihat dari perspektif teori agensi. Adanya komisaris independen diharapkan mampu meningkatkan peran dewan komisaris sehingga tercipta *Good Corporate Governance* di dalam perusahaan. Manfaat *Corporate Governance*akan dilihat dari premium yang bersedia dibayar oleh investor atas ekuitas perusahaan (harga pasar). Jika ternyata investor bersedia membayar lebih mahal, maka nilai pasar perusahaan yang menerapkan *Good Corporate Governance* juga akan lebih tinggi dibanding perusahaan yang tidak menerapkan atau mengungkapkan praktek *Good Corporate Governance* (Kusumawati dan Riyanto, 2005) dalam Rachmawati dan Triatmoko (2007).

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 (Carningsih, 2009).

Pada penelitian Samuel (2009) menyatakan bahwa pengaruh dewan komisaris terhadap nilai perusahaan adalah positif signifikan. Hasil penelitian Lastanti (2004) menunjukkan nilai perusahaan (Tobin's Q) dipengaruhi oleh independensi dewan komisaris. Dan penelitian yang dilakukan oleh Siallagan dan Machfoedz (2006) membuktikan bahwa komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian berbeda dilakukan oleh Wibowo (2016) dan Amrizal (2016) yang menyatakan bahwa ukuran komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4 : Ukuran komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.5. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi

Corporate Social Responsibility merupakan wujud kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar tempatnya beroperasi. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk rasa tanggungjawab perusahaan terhadap *stakeholder* yang terkena dampak langsung maupun tidak langsung dari keberadaan perusahaan (Pradnyana dan Putra, 2018). Penelitian Ali *et al.* (2007) mengungkapkan bahwa kepemilikan institusional akan mendorong pengawasan yang lebih efektif karena institusi merupakan profesional yang memiliki kemampuan mengevaluasi kinerja perusahaan. Sehingga dengan adanya kepemilikan institusional, segala tindakan manajer akan diawasi oleh kepemilikan institusional dan dapat mendorong kualitas dan kuantitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian oleh Widyaningsih (2018) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh kepemilikan institusi terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang semakin baik maka *stakeholder* akan memberikan dukungan kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Fonbrun dan Shanley (1990) dikutip Putri dan Raharja (2013) menyatakan bahwa dalam teori *stakeholder*, strategi *Corporate Social Responsibility* akan mengarah pada kinerja yang baik melalui perlindungan reputasi dan nilai perusahaan.

Berdasarkan kajian tersebut, hipotesis penelitiannya adalah:

H5 : *Corporate Sosial Responsibility* mampu memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.

2.3.6. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi

Upaya perusahaan untuk mengurangi masalah keagenan dengan mekanisme pemantauan melalui kepemilikan manajerial secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena kepemilikan manajerial menciptakan keselarasan kepentingan manajer dengan pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976). Penyelarasan kepentingan manajer yang hanya bertindak sebagai manajer perusahaan dengan manajer yang sekaligus sebagai pemegang saham akan berbeda dalam pengambilan keputusan antara manajer yang bukan pemegang saham. Manajer sekaligus pemegang saham akan bertindak adil dan hati-hati dalam mengelola maupun mengambil keputusan agar sesuai dengan tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan, nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham.

Manajer sekaligus pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan meningkatkan nilai perusahaan maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham juga akan meningkat. Semakin baik nilai perusahaan juga akan meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya. Akan tetapi, dalam menanamkan modalnya di suatu perusahaan investor juga akan mempertimbangkan bagaimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hal itu juga akan meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. dengan demikian, semakin baik citra perusahaan di lingkungan masyarakat sekitar maka semakin meningkat pula minat investor untuk menanamkan sahamnya. Manajer akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian oleh Purnamawati (2017) membuktikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berhasil memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan kajian tersebut, hipotesis penelitiannya adalah:

H6 : *Corporate Sosial Responsibility* mampu memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

2.3.7. Pengaruh Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi

Komite audit merupakan sekelompok orang yang dipilih dari dewan komisaris perusahaan yang bertanggung jawab dalam mengawasi proses pelaporan keuangan. Komite audit mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam hal memelihara kredibilitas proses penyusunan laporan keuangan seperti halnya menjaga terciptanya sistem pengawasan perusahaan yang memadai.

Penelitian oleh Murwaningsih (2009) menyatakan bahwa komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa komite audit dapat dijadikan instrumen untuk meningkatkan luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Laporan keuangan yang baik akan menunjukkan *image* perusahaan dan tentu saja akan meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tinggi juga akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Penelitian lain yang sejalan adalah penelitian oleh Widyaningsih (2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan

Corporate Social Responsibility mampu memoderasi pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kajian tersebut, hipotesis penelitiannya adalah:

H7 : *Corporate Sosial Responsibility* mampu memoderasi pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan.

2.3.8. Pengaruh Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi

Teori agensi menyatakan bahwa dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggungjawab untuk melakukan pengawasan terhadap tindakan manajemen puncak. Dewan komisaris memegang peranan yang sangat penting dalam perusahaan, terutama dalam pelaksanaan *Good Corporate Governance*. Zehnder menyatakan bahwa dewan komisaris merupakan inti dari *Corporate Governance* yang ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas. Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme mengawasi dan memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan.

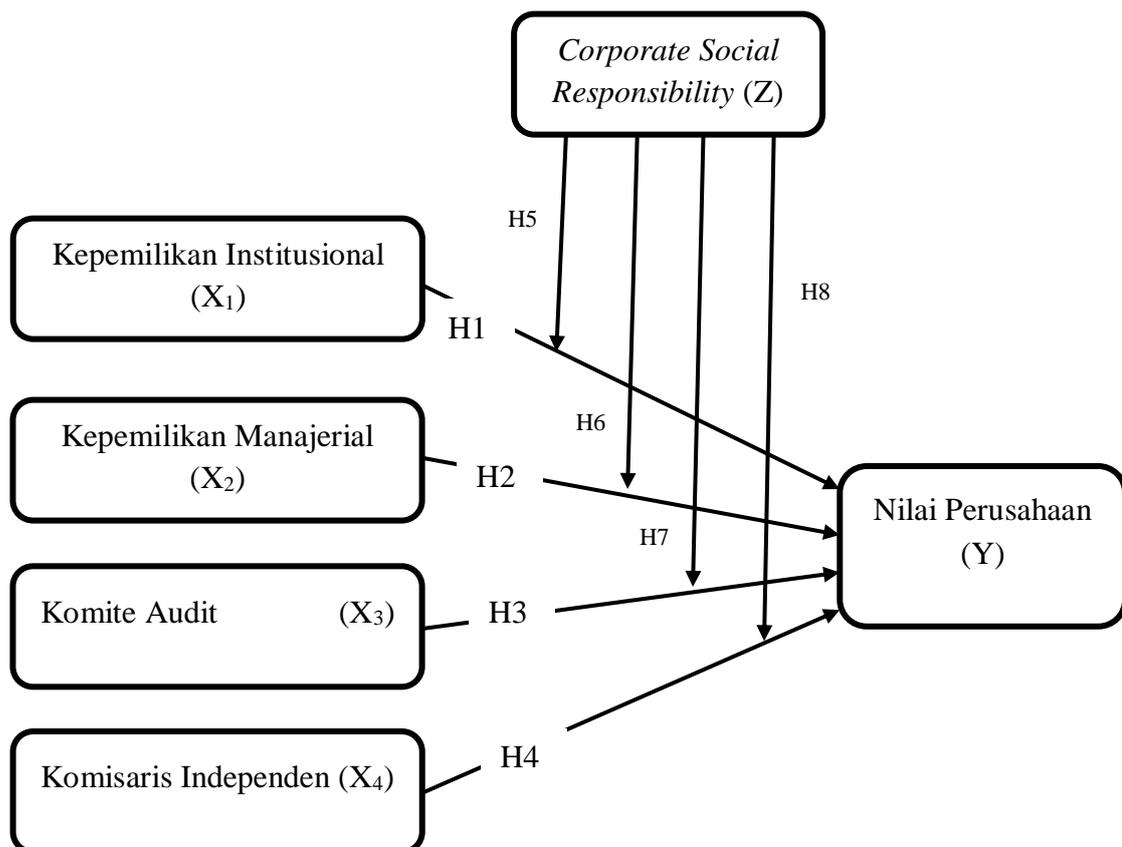
Penelitian yang dilakukan oleh Rustiani (2010) mengenai pengaruh *Corporate Governance* pada hubungan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan menyatakan bahwa proporsi dewan komisaris independen dapat membantu perusahaan dalam memantau penerapan *Good Corporate Governance* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan kajian tersebut, hipotesis penelitiannya adalah:

H8 : *Corporate Sosial Responsibility* mampu memoderasi pengaruh dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan.

2.4. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian