

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Review Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang menjadi acuan peneliti adalah penelitian Onasis (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di BEI”. Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan, umur perusahaan, leverage dan ROA sebagai variabel kontrol. Menggunakan metode purposive sampling, dengan objek penelitian yaitu perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian sejak tahun 2009 sampai dengan 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara ukuran dewan direksi, dewan independen, komite audit, rapat komite audit, leverage, dan ROA terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan ditemukan pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ditemukan bahwa kepemilikan asing dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kedua oleh Arifianti (2010) dengan judul penelitian “Pengaruh Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Pemediasi”. Penelitian yang dilakukan terhadap 69 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode penelitian tahun 2004 hingga 2008 membuktikan bahwa keberadaan komite audit independen berpengaruh terhadap kualitas laba, kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan, keberadaan komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan kualitas laba sebagai variabel pemediasi dalam hubungan antara komite audit dan nilai perusahaan.

Penelitian lainnya diambil dari Jurnal Administrasi Bisnis yang dilakukan oleh Syafitri, dkk (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh *Good Corporate*

Governance Terhadap Nilai Perusahaan”. *Good Corporate Governance* yang diproxikan oleh komite audit, kepemilikan manjeral, dewan direksi, dewan komisaris dan nilai perusahaan dengan proxi Tobins'Q. Hasil penelitian membuktikan bahwa komite audit berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dewan komisaris berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, dan dewan direksi berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Marius dan Indah Masri (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian dengan mengambil sampel dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode tahun 2013 hingga 2015. *Good Corporate Governance* yang diproxikan oleh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan *Corporate Social Responsibility* yang diproxikan dalam rasio total kategori yang diungkapkan dengan 7 item pengungkapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, komite audit memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian dilakukan oleh Susanto (2016) dengan judul “Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011 hingga 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diproxikan oleh dewan komisaris, komite audit, manajemen, dan pemegang saham berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rupilu (2012) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance* Terhadap Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap kualitas laba dan nilai perusahaan dengan mekanisme *corporate governance* diukur menggunakan 4 variabel yaitu dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komite audit, kualitas laba diukur dengan *Discretionary accrual* dan nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan nilai Tobin’s Q. pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling* terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006 sampai 2010. Sebanyak 90 perusahaan manufaktur digunakan sebagai sampel. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan regresi berganda. Hasil pengujian menemukan bahwa variabel pengukuran *corporate governance* yang mempengaruhi kualitas laba dan nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan komite audit. Ini berarti manajemen sangat efektif dalam meningkatkan kualitas laba dan nilai perusahaan. Sedangkan variabel dewan komisaris independen tidak mempunyai pengaruh terhadap kualitas laba dan nilai perusahaan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Lopez et al (2014) dalam penelitiannya mengenai hubungan antara *corporate governance* dan nilai perusahaan di Negara Spanyol berdasarkan sampel diperoleh 35 perusahaan untuk tahun 2005 sampai dengan 2012. Variabel *corporate governance* yang digunakan yaitu keberadaan wanita dalam dewan direksi, dewan direksi independen, dan kepemilikan keluarga, sedangkan nilai perusahaan diproksikan dengan Tobins Q. hasil penelitian membuktikan hanya dewan independen saja yang berpengaruh positif sedangkan keberadaan dewan wanita dan kepemilikan keluarga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan di Negara Spanyol.

Selanjutnya penelitian dilakukan Onyemachi Maxwell Ogbulu. (Ph.D) dari Abia State University, Uturu, Nigeria dan Fracis Kehinde Emeni (ACA) dari fakultas Management Sciences, University of Benin, Benin City, Nigeria. Dalam Jurnal “*International Journal of Business and Social Science* Vol. 3 No. 19,

October 2012”. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif, melalui pendekatan kuantitatif dan metode pengumpulan data adalah dengan studi literatur dan observasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam ekonomi yang sedang berkembang seperti di Nigeria, jumlah ekuitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan utang jangka panjang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Landasan Teori

Teori Keagenan

Teori keagenan ini dipopulerkan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menjelaskan hubungan keagenan sebagai, “*agency relationship as a contract under which one or more person (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent.*”. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak antara satu orang atau lebih yang biasa disebut dengan *principal* memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* serta memberikan wewenang atau tanggung jawab kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi pihak *principal*.

Teori Keagenan atau *Agency Theory* merupakan konsep yang menjelaskan hubungan kontraktual antara *principals* dan *agents*. Dalam hal ini *principal* adalah pemilik atau pemegang saham, sedangkan yang dimaksud dengan *agent* adalah manajemen yang mengelola perusahaan. *Agency Theory* menekankan akan pentingnya pemisahan kepentingan antara *principal* dan *agent*. Disini terjadi penyerahan pengelolaan perusahaan dari *principals* kepada *agents*. Tujuan pemisahan pengelolaan dari kepemilikan perusahaan yaitu agar pihak *principal* memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin ketika perusahaan tersebut dikelola oleh *agent*.

Menurut Ali *et al* (2007) dalam Fatmawati (2013), *agency problem* atau masalah keagenan ada dua macam yaitu masalah keagenan Tipe I dan Tipe II. Masalah keagenan Tipe I adalah masalah keagenan yang tidak terlalu parah yang muncul karena pemisahan antara pemegang saham dan manajemen. Masalah

keagenan Tipe II adalah masalah keagenan yang lebih parah yang muncul di antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas.

Sampai saat ini telah diketahui ada lima macam hubungan keagenan, yaitu:

1. Manajer vs pemegang saham, yaitu pemegang saham menginginkan kenaikan keuntungan, tetapi manajer memiliki kepentingan sendiri.
2. Manajer vs pemegang utang, yaitu manajer mengutak-atik laporan keuangan agar terlihat bagus sehingga diberi pinjaman.
3. Manajer vs pemerintah, yaitu perusahaan yang besar cenderung diawasi oleh pemerintah.
4. Pemegang saham vs pemegang utang, yaitu manajer diasumsikan bertindak atas nama pemegang saham sehingga manajer bertindak sebagai agen dan pemegang utang sebagai prinsipal.
5. Pemegang saham mayoritas vs pemegang saham minoritas, yaitu pemegang saham mayoritas cenderung mementingkan kepentingannya sendiri dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham minoritas.

Pengertian *Good Corporate Governance* (GCG)

Tata kelola perusahaan atau yang lebih populer dikenal dengan istilah *Corporate Governance* didefinisikan secara umum oleh International Financial Corporation (IFC) sebagai “*the structures and processes for the direction and control of companies*”. Berdasarkan pengertian tersebut, pada intinya tata kelola perusahaan membahas mengenai bagaimana cara suatu perusahaan diarahkan dan dikelola agar seluruh kepentingan *stakeholders* diakomodasi secara baik.

Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bekerjasama dengan International Financial Corporation yang merupakan anak perusahaan Bank Dunia dan menerbitkan “The Indonesia Corporate Governance Manual – First Edition”. Pedoman ini dibuat untuk meningkatkan implementasi tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia (www.ojk.go.id). Salah satu peraturan baru yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan adalah Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 73/POJK.05/2016 Tahun 2016 tentang Tata Kelola Perusahaan yang baik Bagi Perusahaan Perasuransian (POJK 73/2016). Dalam Pasal 1 angka 25 POJK

73/2016 diberikan pengertian GCG bagi perusahaan perasuransian sebagai berikut:

“Tata Kelola Perusahaan Yang Baik Bagi Perusahaan Perasuransian yang selanjutnya disebut Tata Kelola Perusahaan Yang Baik adalah struktur dan proses yang digunakan dan diterapkan organ Perusahaan Perasuransian untuk meningkatkan pencapaian sasaran hasil usaha dan mengoptimalkan nilai Perusahaan Perasuransian bagi seluruh pemangku kepentingan khususnya pemegang polis, tertanggung, peserta, dan/atau pihak yang berhak memperoleh manfaat secara akuntabel dan berlandaskan peraturan perundang-undangan serta nilai-nilai etika.”

Menurut Daniri (2014:5) *Good Corporate Governance* merupakan struktur dan proses (peraturan, sistem, dan prosedur) untuk memastikan prinsip TARIF bermigrasi menjadi kultur, mengarahkan dan mengendalikan perusahaan untuk mewujudkan pertumbuhan berkelanjutan, meningkatkan nilai tambah dengan tetap memperhatikan keseimbangan kepentingan *stakeholders* yang sesuai dengan prinsip korporasi yang sehat dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut Komite Cadbury *Good Corporate Governance* merupakan prinsip mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawabannya kepada para *stakeholders* khususnya, dan *stakeholders* pada umumnya. Selain itu Center for European Policy Studies (CEPS) mengemukakan bahwa *Good Corporate Governance* merupakan seluruh sistem yang dibentuk mulai dari hak (*right*), proses serta pengendalian, baik yang ada di dalam maupun di luar manajemen perusahaan.

Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG)

Komite Nasional Kebijakan Governance dalam *Pedoman Umum Good Corporate Governance* Indonesia 2006 menjabarkan bahwa setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas GCG diterapkan pada setiap aspek bisnis dan disemua jajaran perusahaan. Asas GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

1. Transparansi (*Transparency*)

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

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

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

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi perundang-undangan serta melaksanakan tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4. Independensi (*Independency*)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

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

Unsur-Unsur *Good Corporate Governance* (GCG)

Menurut Tunggal (2013:184) unsur-unsur dalam *corporate governance* terdiri atas:

1. Pemegang Saham

Pemegang saham adalah individu atau institusi yang mempunyai taruhan vital dalam perusahaan. *Corporate governance* harus melindungi hak-hak pemegang saham.

2. Komisaris

Board of directors (di Indonesia disebut Dewan Komisaris) merupakan faktor sentral dalam *corporate governance* karena hukum perseroan menempatkan tanggung jawab legal atas urusan suatu perusahaan kepada *Board of directors* secara legal dan bertanggungjawab untuk menetapkan sasaran korporat mengembangkan kebijakan yang luas, dan memilih personel tingkat atas untuk melaksanakan sasaran dan kebijakan tersebut. *Board of directors* juga menelaah kinerja manajemen untuk meyakinkan bahwa perusahaan dijalankan secara baik dan kepentingan pemegang saham dilindungi. Fungsi dari komisaris adalah sebagai wakil pemegang saham dalam melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada direksi dalam rangka menjalankan kepemimpinan perusahaan yang baik.

3. Direksi

Berdasarkan Pasal 1 angka (5) Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) menyebutkan bahwa pengertian direksi dalam Perseroan Terbatas adalah organ perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan anggaran dasar.

4. Komite Audit

Komite audit bertugas untuk memberikan pendapat profesional yang independen kepada dewan komisaris terhadap laporan atau hal-hal lain yang disampaikan oleh direksi kepada dewan komisaris serta mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian dewan komisaris.

5. Sekretaris Perusahaan

Fungsi sekretaris perusahaan (*corporate secretary*) harus dilaksanakan oleh seorang direktur perusahaan tercatat atau pejabat perusahaan tercatat yang khusus ditunjuk untuk menjalankan fungsi tersebut. Selain itu tugas wajib lainnya adalah menyiapkan daftar khusus yang berkaitan dengan direksi, komisaris, dan keluarganya dan peranan lain yang menyebabkan benturan kepentingan dengan perusahaan tercatat, membuat daftar pemegang saham termasuk kepemilikan 5% atau lebih, menghadiri rapat direksi dan membuat nota hasil rapat dan bertanggung jawab dalam penyelenggaraan rapat umum pemegang saham.

6. Manajer dan Karyawan

Manajer menempati posisi strategis karena pengetahuan mereka dan pengambil keputusan dari hari ke hari. Manajer profesional biasanya mengambil peranan penting dalam organisasi besar.

7. Auditor Eksternal

Auditor eksternal bertanggungjawab memberikan opini atau pendapat terhadap laporan keuangan perusahaan.

8. Auditor Internal

Auditor internal bertugas untuk memberikan opini dalam keajaran laporan keuangan dan pernyataan manajemen dan berusaha untuk memberikan evaluasi yang meningkat.

9. *Stakeholders* lainnya (pemerintah, kreditor, dan lain-lain)

Pemerintah atau pihak lain yang terlibat dalam *corporate governance* melalui hukum dan peraturan perundang-undangan termasuk keterlibatan kreditor yang dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan.

Pengertian Komite Audit

Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggungjawab kepada dewan komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi dewan komisaris. Dalam menentukan anggota komite audit biasanya perusahaan menunjuk perwakilan dari pihak internal perusahaan yaitu dua direktur yang ditetapkan oleh dewan sesuai dengan ketentuan organisasi mengenai independensi. Pihak-pihak yang ditunjuk sebagai anggota komite audit tidak harus berasal dari akuntan profesional atau auditor.

Selama menjalankan tugasnya, komite audit dapat mengadakan pertemuan secara periodik sesuai yang ditetapkan oleh komite audit itu sendiri. Salah satu tugas komite audit adalah melakukan pemeriksaan internal tahunan yang bertujuan untuk mengevaluasi operasional perusahaan selama tahun berjalan, agar dapat merekomendasikan perubahan apa saja sekiranya yang diperlukan oleh perusahaan.

Pengertian Komisaris Independen

Keputusan Direksi PT Bursa Efek Jakarta Nomor: Kep-305/BEJ/07-2004 Tanggal 19 Juli 2004 bahwa dalam rangka penyelenggaraan pengelolaan perusahaan yang baik (*good corporate governance*), perusahaan tercatat wajib memiliki komisaris independen yang jumlahnya secara proporsional sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh bukan pemegang saham pengendali dengan ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh perseratus) dari jumlah seluruh anggota komisaris.

Penelitian ini menggunakan proksi komisaris independen karena mekanisme *corporate governance* salah satunya diukur dari komposisi komisaris independen. Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi

dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya, dan pemegang saham pengendali serta bebas hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau semata-mata demi kepentingan perusahaan. Proporsi dewan komisaris dapat diukur dengan menggunakan indikator persentase anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan dari seluruh ukuran anggota dewan komisaris perusahaan.

Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Ada beberapa pendapat para ahli tentang pengertian *Corporate Social Responsibility*, diantaranya:

1. Menurut Fraderick et al, *Corporate Social Responsibility* dapat diartikan sebagai prinsip yang menerangkan bahwa perusahaan harus dapat bertanggungjawab terhadap efek yang berasal dari setiap tindakan dalam masyarakat maupun lingkungannya.
2. Pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut Kicullen dan Kooistra adalah tingkatan pertanggungjawaban moral yang dianggap berasal dari perusahaan diluar kepatuhan hukum negara.
3. Commision of The European Communities menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya adalah sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan secara suka rela untuk memberikan kontribusi demi menciptakan lingkungan yang lebih bersih serta masyarakat yang lebih baik.
4. Menurut The Worl Business Council for Sustainable Development menjabarkan pengertian *Corporate Social Responsibility* sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka memperbaiki kualitas hidup.

Dari berbagai pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut para ahli maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep serta tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai rasa

tanggungjawabnya kepada lingkungan sosial disekitar perusahaan itu berdiri atau beroperasi.

Prinsip Corporate Social Responsibility

Crowther David (2008) dalam Hadi (2011:59) mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial menjadi tiga, yaitu:

1. Sustainability

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arah bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang.

2. Accountability

Merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

3. Transparency

Prinsip ini penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Salah satu hal amat penting bagi pihak eksternal berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Manfaat Corporate Social Responsibility

Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak-*for better worse*, bagi kondisi lingkungan dan sosial ekonomi masyarakat khususnya di sekitar perusahaan beroperasi. Selain itu pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *shareholders* atau para pemegang

saham, melainkan pula *stakeholders* yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* akan menjamin keberlanjutan bisnis yang dilakukan. Hal ini disebabkan karena menurunnya gangguan sosial yang sering terjadi akibat pencemaran lingkungan, bahkan dapat menumbuhkan kembangkan dukungan atau pembelaan masyarakat setempat. Terjaminnya pasokan bahan baku secara berkelanjutan untuk jangka panjang, dan tambahan keuntungan dari unit bisnis baru yang semula merupakan kegiatan CSR yang dirancang oleh korporat.

Adapun lima pilar yang mencakup CSR yaitu:

1. Pengembangan kapasitas SDM di lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan masyarakat sekitarnya.
2. Penguat ekonomi masyarakat sekitar kawasan wilayah kerja perusahaan.
3. Pemeliharaan hubungan relasional antara korporasi dan lingkungan sosialnya yang tidak dikelola dengan baik sering mengundang kerentanan konflik.
4. Perbaikan tata kelola perusahaan yang baik.
5. Pelestarian lingkungan, baik lingkungan fisik, sosial serta budaya.

Ada dua target utama pemanfaatan dari penerapan *Corporate Social Responsibility* yaitu manfaat bagi masyarakat dan manfaat bagi perusahaan yang menerapkan. *Corporate Social Responsibility* akan lebih berdampak bagi masyarakat, ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan peran pemerintah yang terkait *Corporate Social Responsibility* meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku *Corporate Social Responsibility*, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi.

Adapun manfaat bagi perusahaan diantaranya adalah:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan

Dengan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan bagi masyarakat.

2. Memperkuat “Brand” Perusahaan

Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

3. Mengembangkan Kerja Sama dengan Para Pemangku Kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi saling membantu antar para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Darisitulah perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

4. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya

Jika *Corporate Social Responsibility* dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

5. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran Untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan

Memilih kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan *Corporate Social Responsibility* secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatkan nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Menurut Margaretha (2011:5), nilai perusahaan yang sudah *go public* merupakan nilai yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual. Salah satu keinginan para pemilik perusahaan adalah nilai perusahaan yang tinggi, sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi itulah masyarakat dapat menilai kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Dalam Uniariny (2012) nilai perusahaan dalam beberapa literatur yang dihitung berdasarkan dengan harga saham disebut dengan beberapa istilah diantaranya:

1. *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham .
2. *Market to Book Ratio* (MBR) yaitu perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham.
3. *Market to Book Asset* ratio yaitu ekspektasi pasar tentang nilai dari peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan yaitu perbandingan antara nilai pasar asset.
4. *Enterprise Value* (EV) yaitu nilai kapitalisasi market yang dihitung sebagai nilai kapitalisasi pasar ditambah total kewajiban ditambah *minority interest* dan saham preferen dikurangi total kas dan ekuivalen kas.
5. *Price Earning Ratio* (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. PER dapat dirumuskan sebagai

PER = *Price per share / Earning per share*. Pendekatan ini merupakan pendekatan paling populer dipakai kalangan analisis saham dan para praktisi.

6. Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar dipasar keuangan dengan nilai penggantian asset perusahaan.
7. *Market Value* yaitu nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar.

Rumusan Hipotesis

Pengaruh Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Komite audit merupakan salah satu mekanisme *Good Corporate Governance* yang penting untuk membantu dewan komisaris dalam memberikan keputusan atas laporan-laporan seperti laporan keuangan, laporan audit internal maupun eksternal dan mengatasi masalah-masalah penting yang tidak dapat ditangani langsung oleh dewan komisaris. Disamping itu komite audit memiliki tugas untuk mengawasi sistem pengendalian internal berjalan dengan baik. Dengan adanya komite audit diharapkan dapat meningkatkan kualitas audit dalam suatu perusahaan. Penelitian Arifianti (2010) menguji efektifitas komite audit dalam mempengaruhi nilai perusahaan dan menyatakan bahwa komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Komite Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan

Komisaris independen berperan untuk melakukan pengawasan dan monitoring terhadap kinerja manajemen. Apabila semakin banyak jumlah anggota komisaris independen maka proses pengawasan dan monitoring akan semakin berkualitas dikarenakan banyaknya pihak independen yang menuntut transparansi dalam pelaporan keuangan perusahaan. Pendapat ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Onasis (2016) bahwa dengan adanya dewan independen dapat menjalankan tugas lebih baik dalam memantau pekerjaan dan aktivitas manajemen.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang menunjukkan seberapa besar kontribusi perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat sekitar perusahaan dan juga pemerintah tentu saja akan mempengaruhi nilai perusahaan. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang transparan merupakan hal penting bagi perusahaan untuk meningkatkan perbaikan mekanisme *Good Corporate Governance* perusahaan sehingga akan memberi nilai tambah bagi perusahaan. Dengan banyaknya pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, akan menciptakan citra yang baik terhadap nilai perusahaan sehingga masyarakat khususnya investor maupun calon investor akan melihat hal ini sebagai hal yang positif untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marius, dkk (2017) bahwa perusahaan yang mampu memperhatikan pengelolaan lingkungannya, maka keberadaan perusahaan tersebut akan direspon positif oleh masyarakat. Sehingga citra atau *image* perusahaan akan meningkat dan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H₃ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H₂ : Komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H₃ : Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Kerangka Konseptual Penelitian

