

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) pada tahun 1995, *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas terhadap masyarakat dan lingkungan melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memerhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan, tunduk kepada hukum yang berlaku dan berkomitmen dengan norma perilaku internasional dan diintegrasikan ke dalam seluruh bagian organisasi. (Suharto, 2015)

Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dilihat oleh calon investor untuk menentukan investasi saham. Bagi sebuah perusahaan, menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah suatu keharusan agar saham tersebut tetap eksis dan tetap diminati oleh investor. Laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan merupakan cerminan dari kinerja keuangan perusahaan. Informasi keuangan tersebut mempunyai fungsi sebagai sarana informasi, alat pertanggung jawaban manajemen kepada pemilik perusahaan, investor dan penggambaran terhadap indikator keberhasilan perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. (Pujarini, 2020)

Good Corporate Governance merupakan sistem dan struktur untuk mengelola perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham serta mengakomodasi berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan seperti

kreditor, *supplier*, asosiasi usaha, konsumen, pekerja, pemerintah, dan masyarakat luas. Manfaat *good corporate governance* dalam suatu perusahaan, yaitu mengurangi *agency cost*, meningkatkan nilai saham perusahaan, melindungi hak dan kepentingan pemegang saham, meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dewan pengurus atau manajemen puncak dan manajemen perusahaan, sekaligus meningkatkan mutu hubungan manajemen puncak dengan manajemen senior perusahaan (Susanto & Ardini, 2016).

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar. Nilai pasar digunakan dikarenakan nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para investor menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris dalam perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor andai perusahaan tersebut dijual. *Enterprise value* (EV) atau *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. (Tjandrakirana & Monika, 2014)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki potensi untuk meningkatkan legitimasi pihak eksternal agar mampu menilai seberapa besar upaya aktivitas operasional yang sesuai dengan norma di masyarakat. Pengungkapan CSR juga adalah strategi aktif perusahaan untuk meningkatkan kepuasan *stakeholder*. Semakin banyak pengungkapan CSR, semakin transparan

dan lengkap informasi yang diberikan sehingga mampu memperoleh sinyal positif bagi investor. Hal tersebut memberikan citra perusahaan yang baik sehingga investor tertarik untuk menginvestasikan dalam bentuk sahamnya di perusahaan. Dampaknya, nilai perusahaan meningkat (Lastanti & Salim, 2018).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan terjadi karena perusahaan belum dapat menyampaikan pengungkapan CSR secara tepat kepada investor sehingga investor juga belum menangkap sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan. Besar kecilnya luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, tidak dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Karena sebagian besar perusahaannya berfokus pada faktor keuangan. Perusahaan kurang peduli terhadap faktor lingkungan dan sosial, terbukti dengan pengungkapan yang dilakukan perusahaan masih jauh dari standar yang telah ditetapkan dan juga dibuktikan dengan tidak konsistennya perusahaan dalam setiap periode untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya kepada masyarakat dan pemangku kepentingan (Sabatini & Sudana, 2019).

Kinerja keuangan adalah prestasi perusahaan yang mencerminkan kondisi keuangan (aspek penghimpunan maupun penyaluran dana) yang biasanya diukur dengan rasio, salah satunya rasio profitabilitas (ROA). *Return on Asset* menunjukkan hasil atas aktiva yang digunakan guna melakukan penjualan dan menghasilkan laba. Semakin besar ROA, semakin baik. ROA diungkapkan dalam laporan keuangan yang menandakan penyajian informasi yang baik, sehingga

terjadi sinyal positif bagi investor untuk bersaham. Dengan hal ini, nilai perusahaan dapat meningkat (Lastanti & Salim, 2018).

Alat untuk mengukur kinerja keuangan yaitu menggunakan rasio ROA terbukti berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan rasio ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Komisaris independen sebagai variabel pemoderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Komisaris independen sebagai moderasi variabel atas hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan kedua variabel tersebut (Dewi & Tarnia, 2017).

Good Corporate Governance dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan dengan hasil penelitian GCG yang diukur dengan variable ukuran dewan direksi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan GCG lainnya, yaitu ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris, dan jumlah anggota komite audit tidak memiliki pengaruh secara signifikan (Prasekti & Wahidawati, 2015).

Good Corporate Governance berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa GCG tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diartikan bahwa besar kecilnya indeks GCG yang diterima perusahaan tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. (Fitri & Herwiyanti, 2015)

Berbagai penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh corporate social responsibility, kinerja keuangan dan good corporate governance terhadap nilai

perusahaan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riana Anugrah Fitri dengan judul "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan". Hasil penelitiannya menunjukkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang diteliti oleh Meva Monika yang berjudul "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan". Hasil penelitiannya menunjukkan kinerja keuangan ROA dan ROE secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, pengaruh yang ditimbulkan oleh kedua peran rasio ini memiliki pengaruh yang sangat rendah terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari penelitian-penelitian terdahulu yang membahas tentang pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan dan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, maka penulis tertarik untuk meneliti "**Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Semakin banyak pengungkapan CSR sehingga memperoleh sinyal positif bagi investor dan apabila berpengaruh negatif perusahaan belum dapat menyampaikan CSR secara tepat kepada investor.

2. Pengukuran kinerja keuangan dilihat dari rasio yaitu ROA dan ROE untuk menilai tingkat profitabilitas perusahaan.
3. Besar kecilnya indeks GCG yang diterima perusahaan tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.

1.3 Batasan dan Rumusan Masalah

1.3.1 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah yaitu untuk melihat Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

1.3.2 Rumusan Masalah

Perumusan Masalah berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan dan *Good*

Corporate Governance berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Penulis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis.
- 2) Sebagai pengalaman dalam upaya meningkatkan kemampuan penulis dalam mengembangkan ilmu dan dapat memberikan gambaran.

b. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

- 1) Sebagai pedoman dan referensi pada penelitian penelitian selanjutnya.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dan memacu penelitian yang lebih baik.

c. Bagi Perusahaan

- 1) Untuk memberikan sebuah informasi dalam proses pengambilan keputusan nilai perusahaan yang berkaitan dengan aspek *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan Dan *Good Corporate Governance*.
- 2) Sebagai masukan bagi perusahaan dan menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Teori *Agency*

Menurut (Retno & Priantinah, 2012) para manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham, untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*). Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut.

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemilik perusahaan sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan. Karena perbedaan kepentingan ini, masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri (Ramadhani & Hadiprajitno, 2012).

2.1.2 Teori *Stakeholder*

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Batasan *stakeholder*

tersebut di atas mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder* (Nor Hadi, 2011: 94-95).

Menurut (Kusumadilaga, 2010) Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan.

2.1.3 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan faktor yang strategis bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini dapat dijadikan wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya mengkomposisikan perusahaan di tengah-tengah masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2010).

Menurut (Ma'rifah, 2014) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal: pertama, kapabilitas

untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda. Uraian diatas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

2.1.4 *Corporate Social Responsibility*

2.1.4.1 Konsep dan Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* yang pada saat ini dianggap sebagai inti etika bisnis adalah kesadaran bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan legal terhadap pemegang saham (*shareholder*) saja, tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, *customers*, investor, masyarakat, pegawai dan competitor (Susanto & Ardini, 2016)

Menurut (Suharto, 2015) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. *Sustainability* berputar pada kerberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masadatang.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Tranparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terharap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.1.4.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Banyak sekali manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR ini, baik bagi perusahaan, masyarakat, lingkungan, maupun Negara. Menurut Ambadar (2008) menyatakan bahwa beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi:

1. Perusahaan terhindar dari reputasi negatif merusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan.
2. Kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja.
3. Perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan.
4. Perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar.

2.1.5 Kinerja Keuangan

Kinerja adalah tingkat pencapaian dan tujuan perusahaan, tingkat pencapaian misi perusahaan, tingkat pencapaian pelaksanaan tugas secara aktual. Kinerja dapat diartikan juga sebagai prestasi yang dapat dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (G. Sugiarso dan F. Winarni, 2005). Standar Akuntansi Keuangan (2015) mengartikan kinerja perusahaan terkait dengan tujuan laporan keuangan, yaitu : “Penghasilan bersih (laba) seringkali digunakan sebagai ukuran kinerja atau sebagai dasar bagi ukuran yang lain seperti imbalan investasi (*return on investment*) atau penghasilan per saham (*earnings per share*). Dari pengertian di atas, maka kinerja adalah pencapaian

perusahaan dalam memenuhi target perusahaan sepanjang waktu tertentu yang menggambarkan kualitas perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan. Laporan keuangan ini disusun dan ditafsirkan untuk kepentingan manajemen dan pihak lain yang menaruh perhatian atau mempunyai kepentingan dengan data keuangan perusahaan. (Tjandrakirana & Monika, 2014)

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para pemilik modal, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Rendahnya kualitas laba akan membuat kesalahan pembuatan keputusan para pemakainya seperti investor dan kreditor, sehingga nilai perusahaan akan berkurang.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dilihat oleh calon investor untuk menentukan investasi saham. Bagi sebuah perusahaan, menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah suatu keharusan agar saham tersebut tetap eksis dan tetap diminati oleh investor. Laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan merupakan cerminan dari kinerja keuangan perusahaan. Informasi keuangan tersebut mempunyai fungsi sebagai sarana informasi, alat pertanggungjawaban manajemen kepada

pemilik perusahaan, penggambaran terhadap indikator keberhasilan perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. (Pujarini, 2020)

2.1.6 Good Corporate Governance

2.1.6.1 Konsep dan Pengertian *Good Corporate Governance*

Forum for Corporate Governance in Indonesia atau FCGI (2001) dalam publikasi yang pertamanya mempergunakan definisi *Cadbury Committee*, yaitu: "seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan."

Perusahaan dengan praktik Corporate Governance yang baik akan dapat meningkatkan nilai perusahaan bagi pemegang saham karena visi, misi dan strategi perusahaan dinyatakan dengan jelas, nilai-nilai perusahaan serta kode etik disusun untuk memastikan adanya kepatuhan seluruh jajaran perusahaan, terdapat kebijakan untuk menghindari benturan kepentingan dan transaksi dengan pihak ketiga yang tidak tepat, risiko perusahaan dikelola dengan baik dan terdapat sistem pengendalian dan monitoring yang baik (Fiadicha & Hanny, 2016). *The Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) memberikan definisi bahwa, "*corporate governance* merupakan seperangkat tata hubungan

diantara manajemen perseroan, direksi, komisaris, pemegang saham, dan para pemangku kepentingan lainnya”.

Salah satu program yang bertugas untuk menilai penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia adalah CGPI (*Corporate Governance Perception Index*). CGPI merupakan program riset dan pemeringkatan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Program ini dirancang untuk memacu perusahaan dalam meningkatkan kualitas penerapan konsep *Corporate Governance* melalui perbaikan yang berkelanjutan dengan melaksanakan evaluasi dan observasi (Suharto, 2015)

Komite Nasional Kebijakan Governance atau KNKG (2006) menjelaskan setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas GCG diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas GCG yaitu :

- 1) Transparansi yaitu perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan.
- 2) Akuntabilitas, perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar.
- 3) Responsibilitas artinya perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

- 4) Independensi, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi.
- 5) Kewajaran dan Kesetaraan, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.

2.1.6.2 Manfaat *Good Corporate Governance*

Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) di dalam Reny dan Priantinah (2012), keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan *Good Corporate Governance* akan memberikan manfaat antara lain:

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada stakeholders.
2. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat meningkatkan corporate value.
3. Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan shareholders value dan dividen.

2.1.7 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan adalah nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya.

Menurut (Retno & Priantinah, 2012) nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para investor menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Sehingga, nilai perusahaan merupakan nilai pasar perusahaan atau nilai jual perusahaan apabila perusahaan tersebut dijual yang dikaitkan dengan harga saham dan probabilitas, dan dijadikan dasar untuk menilai tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Nilai perusahaan (*Value Of The Firm*) 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. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai wajar perusahaan yang menggambarkan persepsi investor terhadap emiten bersangkutan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga

memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Fiadicha & Hanny, 2016).

Suatu perusahaan dikatakan memiliki nilai perusahaan yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila harga perusahaannya tinggi, maka dapat dikatakan nilai perusahaannya juga baik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dengan kesimpulan hasil tentang nilai perusahaan dan akan digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1.	Riana Anugrah Fitri Eliada Herwiyanti (2015)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan	1. Variabel CSR memiliki nilai <i>sig.</i> sebesar 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki pengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima . 2. Variabel GCG memiliki nilai <i>sig.</i> sebesar 0,50. Nilai tersebut lebih besar dari α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel GCG tidak memiliki pengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak .
2.	1. Hj. Rina Tjandrakirana 2. Meva Monika	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai	1. ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dilihat dari uji <i>t</i> yang telah dilakukan, yang menunjukkan bahwa variabel bebas

		Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI	<p>yaitu ROA memiliki nilai Sig. 0.354 yang mana lebih besar dari 0,05. Lain halnya dengan ROE yang memiliki nilai Sig. 0,005 yaitu kurang dari atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa hanya variabel bebas yaitu ROE yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan di BEI.</p> <p>2. Dilihat dari nilai koefisien determinasi, rasio keuangan yang dipakai yaitu ROA dan ROE secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI. Akan tetapi, pengaruh yang ditimbulkan oleh kedua peran rasio ini memiliki pengaruh yang sangat rendah terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI yaitu 13,5%.</p>
3.	Cinditya Marina Susanto (2016)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<p>Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu : (1.) Hasil penelitian menyatakan bahwa <i>good corporate governance</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena tingkat signifikansi <i>good corporate governance</i> dalam uji t sebesar 0.700 yang berarti nilai tersebut > 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu <i>good corporate governance</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, (2.) Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena tingkat signifikansi <i>corporate social responsibility</i> dalam uji t sebesar 0.007 yang berarti nilai tersebut < 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yaitu <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, (3.) Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas (<i>return on asset</i>) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena tingkat signifikansi <i>return on asset</i> dalam uji t sebesar 0.000 yang berarti</p>

			nilai tersebut <0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa <i>return on asset</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4.	1. Reny Dyah Retno M. 2. Denies Priantinah M.Si., Ak.	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI (2007-2010)	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, sebagai berikut: 1) GCG berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.2) Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel control Ukuran Perusahaan, Jenis industri, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.
5.	Rizky Putri Prasekti (2015)	Pengaruh <i>good corporate governance</i> , <i>corporate social responsibility</i> , dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan	(1) <i>Good Corporate governance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena <i>Good Corporate Governance</i> bukanlah menjadi faktor penentu utama yang menentukan nilai perusahaan. (2) <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan nilai perusahaan. (3) Kinerja keuangan (<i>return on asset</i>) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena laba perusahaan yang tinggi mempengaruhi para investor untuk melakukan investasi ke perusahaan dengan melihat besarnya peningkatan laba yang diperoleh perusahaan. (4) Kinerja keuangan (<i>return on equity</i>) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena <i>return on equity</i> tidak dilakukan secara optimal oleh perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan <i>net income</i> dan dapat mengakibatkan penurunan terhadap nilai perusahaan tersebut

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep merupakan suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu variabel independen dan variabel dependen, yang akan diukur melalui penelitian.

2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil Penelitian Cinditya Marina Susanto (2016) yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena tingkat signifikansi *corporate social responsibility* dalam uji t sebesar 0.007 yang berarti nilai tersebut < 0.05 . Sedangkan hasil penelitian Armi Sulton, Ni Ketut Suransi dan Alamsyah (2016) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

2.3.2 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

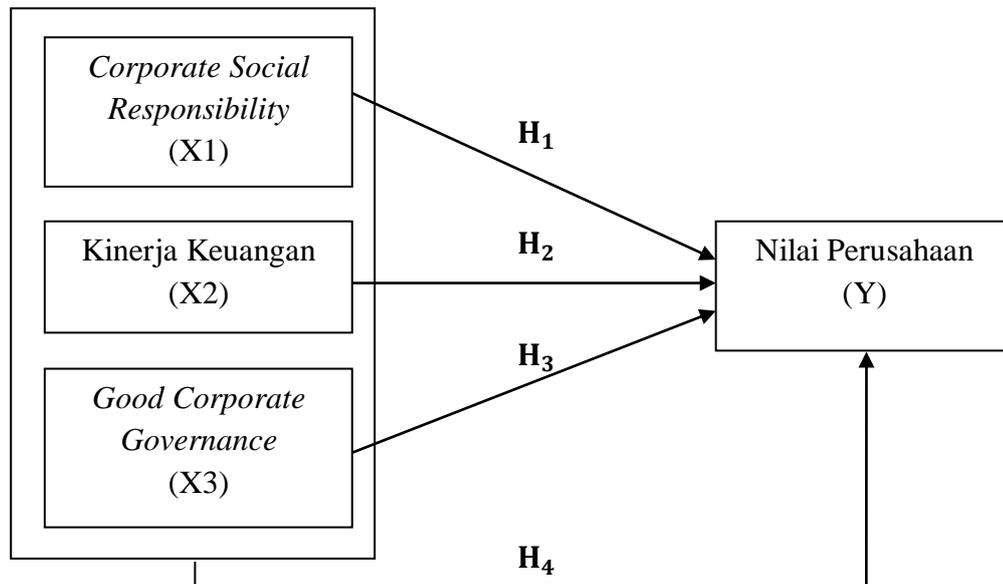
Hasil Penelitian Hj. Rina Tjandrakirana dan MevaMonika (2015) yang hasilnya rasio keuangan yang dipakai yaitu ROA dan ROE secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan Manufaktur di BEI. Penelitian serupa juga dilakukan Rizky Putri Prasekti (2015) Kinerja keuangan (*return on asset* dan *return on equity*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil Penelitian Reny Dyah RetnoM. dan Denies Priantinah M.Si.,Ak. (2014) bahwa Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Ukuran Perusahaan. Hasil penelitian Santoso (2017), melakukan penelitian dengan judul “pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan” bahwa *good corporate governance* yang diwakili oleh proxy kepemilikan institusional memiliki pengaruh langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan, *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil Penelitian Penelitian yang dilakukan oleh Wardoyo dan Theodore (2013). Peneliti menguji pengaruh *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, dan kinerja keuangan yang di proksikan oleh ROA dan ROE pada perusahaan perbankan yang *listed* di BEI pada tahun 2008 – 2010. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa *Good Corporate Governance* yang diukur dengan variabel ukuran dewan direksi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *Good Corporate Governance* lainnya, yaitu ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris dan jumlah anggota komite audit tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kinerja perusahaan yang diukur dengan variabel *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Keterangan:

H1: Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan.

H2: Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan.

H3: Good Corporate Governance terhadap nilai perusahaan.

H4: Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan dan Good Corporate Governance terhadap nilai perusahaan.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H1: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H2: Kinerja Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia.

H3: Good Corporate Governance berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H4: Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan dan Good Corporate Governance berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.