

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dunia bisnis berada pada tahapan global yang sangat terbuka dengan perubahan yang sangat cepat dan persaingan yang demikian ketat. Sejalan hal tersebut setiap perusahaan melalui kegiatan operasinya akan selalu berusaha mencapai tujuannya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan untuk mencapai kesejahteraan para pemegang saham (Suharto *et al.*, 2022). Adanya perkembangan era ini membuat persaingan semakin ketat, mengharuskan tiap perusahaan wajib mempunyai keunggulan bersaingnya masing masing. Keunggulan dalam bersaing itulah yang akan menciptakan nilai perusahaan dapat berkembang dan menarik perhatian para investor (Rahayu & Praptiningsih, 2024). Nilai perusahaan merupakan salah satu informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat dijadikan sinyal bagi investor agar tertarik dan bersedia untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Zulhilmi *et al.*, 2022).

Untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya sebatas perolehan laba yang konsisten terus bertumbuh, melainkan juga mempunyai tata kelola yang baik dan keikutsertaan perusahaan dalam penyelesaian isu-isu dan masalah disekitar lingkungan (Ilham, 2024). Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi sering diartikan sebagai indikator kesehatan dan potensi pertumbuhan perusahaan, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap investasinya

(Manurung *et al.*, 2024). Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*.

Good Corporate Governance (GCG) di Indonesia sendiri mulai dikenal pada tahun 1997 saat Indonesia mengalami krisis ekonomi. Salah satu dampak buruk dari krisis ekonomi adalah banyaknya perusahaan yang tumbang karena tidak mampu bertahan (Siregar & Jahja, 2020). Konsep Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance/ GCG*) merupakan suatu sistem yang merupakan seperangkat aturan yang merumuskan hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditor, pemerintah, karyawan, dan pihak berkepentingan lainnya baik secara internal maupun eksternal (Suraya & Gantino, 2022). *Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu, dengan diterapkannya *Good Corporate Governance* pada perusahaan, diharapkan para pengelola perusahaan dapat menjalankan kegiatan atau mengambil keputusan sesuai dengan tujuan Perusahaan (Pramesworo & Evi, 2021). Penerapan *Good Corporate Governance* juga dapat membantu meminimalisir masalah keagenan *Good corporate governance* merupakan suatu pola hubungan, sistem dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan (direksi, dewan komisaris dan RUPS) guna memberikan nilai kepada pemegang saham, secara berkesinambungan dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya berdasarkan peraturan perundangan dan norma yang berlaku. Ada lima prinsip

dasar *Good Corporate Governance* yaitu *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency* dan *Fairness* (Putra, 2016).

Good corporate governance juga merupakan sistem yang harus menjamin terpenuhinya kewajiban perusahaan kepada *shareholders* dan seluruh *stakeholders*, dan harus mampu bekerjasama dengan kepemilikan perusahaan (Rohmawati & Sutapa, 2020). Siallagan dan Machfoedz (2006) menyatakan *Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham (Purbopangestu & Subowo, 2017). Selain itu, praktik tata kelola perusahaan yang efektif, termasuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, dengan CSR berfungsi sebagai mekanisme untuk meningkatkan kesejahteraan pemangku kepentingan dan alokasi sumber daya, sehingga menjelaskan perannya sebagai variabel *moderating* dalam menguraikan interaksi antara kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komite audit, dan nilai Perusahaan (Mita *et al.*, 2024). Penerapan GCG diharapkan mampu mendorong para pengelola perusahaan agar lebih produktif dan efisien dalam mengelola perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai salah satu indikator nilai Perusahaan (Sulhan & Pratomo, 2020). Dalam penelitian ini terdapat tiga mekanisme GCG yang bertujuan untuk mengurangi konflik keagenan yang sering digunakan dalam berbagai penelitian, yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komite audit.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah komitmen perusahaan yang memiliki kewajiban untuk mengambil kebijakan serta tindakan perusahaan dengan memperhatikan kepentingan *stakeholders* dan lingkungan yang berlandaskan ketentuan hukum yang berlaku. Dasar hukum yang mengatur tentang CSR tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 berbunyi, “Perseoran yang menjalankan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan agar melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Jika kewajiban tersebut tidak dilakukan maka akan dikenakan sanksi. Meskipun terdapat dasar hukum yang mewajibkan pelaksanaan CSR, masih terdapat permasalahan dimana perusahaan tidak memenuhi serta memperhatikan tanggung jawab sosialnya (Amani et al., 2024). *Aktivitas Corporate Social Responsibility* CSR merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Penerapan (CSR) (Purbopangestu & Subowo, 2017).

Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR secara rutin tentunya akan memberikan kesan yang positif bagi perusahaan dalam jangka Panjang (Marsudi & Soetanto, 2020). Pengungkapan CSR didasarkan pada adanya teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Dengan pengungkapan CSR yang baik, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk mencapai laba Perusahaan (Dewi & Widanaputra, 2023).

Menurut *Global Reporting Initiative (GRI)*, CSR dibagi jadi tiga variabel yaitu CSR aspek ekonomi, lingkungan serta sosial. CSR aspek ekonomi CSR dibagi jadi 3 variabel ialah CSR aspek ekonomi, lingkungan serta sosial. CSR aspek ekonomi mencerminkan bagaimana perusahaan yang menciptakan serta mendistribusikan, dan meningkatkan nilai ekonomi sehingga berakibat pada kondisi ekonomi untuk warga. CSR aspek lingkungan mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap akibat area yang dihasilkan dari aktivitas operasional industri. CSR aspek sosial menampilkan tanggung jawab sosial industri yang berdampak pada kesehatan serta keselamatan karyawan dan warga lokal (Rohmawan *et al.*, 2021), diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk lebih etis dalam menjalankan kegiatan operasionalnya agar tidak berakibat buruk bagi masyarakat dan lingkungan hidup, sehingga kelangsungan operasi perusahaan dapat terjamin di masa yang akan datang. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya (Purbopangestu & Subowo, 2017).

Gagalnya beberapa perusahaan dan munculnya kasus-kasus malpraktik keuangan akibat krisis merupakan praktik praktik buruk Tata Kelola Perusahaan yang Baik. Oleh karena itu, Tata Kelola Perusahaan yang Baik akhirnya menjadi isu penting, khususnya di Indonesia yang paling terpukul oleh krisis. Selain itu, banyaknya kasus pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan tercatat di pasar modal yang ditangani oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) menunjukkan rendahnya kualitas praktik Tata Kelola Perusahaan

yang Baik di negara kita (Zulhilmi *et al.*, 2022). Contoh fenomena akibat lemahnya penerapan tata kelola perusahaan yang baik Pihak PT. Kimia Farma melakukan manipulasi pada Laba bersih yang seharusnya sebesar Rp 99,56 milyar tetapi dilaporkan sebesar Rp 132 milyar artinya lebih besar sekitar 24,7% dari laba yang seharusnya. Selain itu total aktiva yang seharusnya Rp 1,151 triliun dilaporkan sebesar Rp 1,188 triliun. Laporan keuangan tersebut diaudit oleh akuntan publik Hans Tuanakotta & Mustofa (HTM) pada tanggal 31 desember 2001. Setelah dilakukan pemeriksaan kembali oleh Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) maka akuntan publik (Hans Tuanakotta dan Mustofa) harus bertanggung jawab pada publik atas kelalaiannya dalam mengaudit Kimia Farma tahun buku 31 Desember 2001 dan dengan yang interim 30 Juni tahun 2002. Untuk akuntan publik tersebut tetap dikenai denda sebesar 100 juta karena mereka telah lalai untuk menemukan kesalahan pencatatan laporan keuangan tersebut walaupun mereka telah bekerja sesuai dengan Standard Professional Akuntan Publik (SPAP) dan telah terbukti tidak terlibat dalam manipulasi hasil laporan keuangan tersebut (kompas.com).

Pada tataran praktek, penerapan GCG di Indonesia, khususnya pada BUMN dan BUMD masih sangat rendah. Beberapa kendala yang menghambat penerapan GCG di Indonesia, khususnya pada BUMN dan BUMD adalah kendala internal, kendala eksternal, dan kendala kepemilikan. Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut maka perlu ditekankan untuk terus meningkatkan kesadaran berbagai pihak akan pentingnya penerapan GCG, memperkuat dasar hukum penerapan GCG, mereformasi sistem pemerintahan hingga terciptanya praktek

clean government yang bebas KKN serta reformasi di seluruh korporasi bisnis yang berjalan di Indonesia (Nuryan, 2016).

Tabel 1.1
Peringkat dan Skor Pasar *Corporate Governance* di Asia (2023)

No.	Market	peringkat	2023	2020	Change vs 2020 (ppt)
1.	Australia	1	75.2	74.7	+0.5
2.	Japan	5	64.6	59.3	+5.3
3.	Singapore	2	62.9	63.2	-0.3
4.	Taiwan	4	62.8	62.2	+0.6
5.	Malaysia	5	61.5	59.5	+0.2
6.	Hong Kong	2	59.3	63.5	-4.2
7.	India	7	59.4	58.2	+1.2
8.	Korea	8	57.1	52.9	+4.2
9.	Thailand	9	53.9	56.6	-2.7
10.	China	10	43.7	43.0	+0.7
11.	Philippines	11	37.6	39.0	-1.4
12.	Indonesia	12	35.7	33.0	+2.1

Sumber: www.acga-asia.org (2025)

Dalam laporan ini, kami melihat lima pasar di Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara Blok (Asean): Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura dan Thailand. Singapura dan Malaysia memimpin dengan selisih yang relatif besar, sedangkan kota-negara bagian dengan skor 62,9% dan berada di peringkat ke-3 dengan Taiwan dalam survei kami terhadap 12 pasar di kawasan Asia-Pasifik. Malaysia menyusul di posisi No.5 dengan skor 61,5%, diikuti oleh Thailand dengan skor 53,9% dan peringkat No.9. Filipina adalah Peringkat 11 dengan skor 37,6%, sedangkan Indonesia di peringkat terakhir dengan skor 35,7.

Penelitian yang dilakukan Mutmainah (2015) mengatakan Variabel *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR)

berpengaruh positif dan signifikan Perusahaan. Selain itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderating terbukti berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Rohmawati & Sutapa, 2020) menunjukkan hasil bahwa Kepemilikan manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen dan Komite Audit tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Menurut penelitian (Lestari & Zulaikha, 2021) *Good Corporate Governance* yang di proxy oleh dewan komisaris, Kepemilikan institusional, Kepemilikan manajerial, Komite audit, dan Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Mita *et al.*, 2024) menyatakan tidak menemukan pengaruh dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, atau keberadaan komite audit pada hubungan yang dimoderasi antara CSR dan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel *Moderating* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal.

2. Kurangnya penerapan *Good Corporate Governance* terhadap perusahaan di sehingga Indonesia masih berada di urutan terakhir.
3. Kurangnya kesadaran dari berbagai pihak akan pentingnya penerapan *Good Corporate Governance* di dalam suatu perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *Moderating* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Penelitian ini bertujuan untuk melihat selain *Good Corporate Governance* dapat menambahkan nilai perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *Moderating* juga dapat membantu terhadap nilai perusahaan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah Komite Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah Kepemilikan Manajerial yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah Kepemilikan Manajerial yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

6. Apakah Komite Audit yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh Komite Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai Perusahaan
5. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai Perusahaan
6. Untuk mengetahui pengaruh Komite Audit yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi pengetahuan mengenai pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel *Moderating*. Penelitian juga diharapkan dapat membantu sebagai pedoman atau rujukan dalam melakukan penelitian dengan tema yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Pihak investor : penelitian ini dapat membantu para investor dalam membuat keputusan yang lebih informatif dan dapat mengurangi risiko yang tidak di inginkan.
- b. Pihak Perusahaan : penelitian ini bukan hanya dapat memberikan masukan dan informasi, tetapi juga menjadi landasan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan yang lebih baik, meningkatkan kinerja, dan mencapai tujuan bisnis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Urairan Teoritis

2.1.1 Letimigasi Theory

Teori Legitimasi merupakan teori yang menjelaskan adanya interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori Legitimasi menegaskan bahwa perusahaan harus melakukan upaya untuk memastikan bahwa aktifitas perusahaan dapat diterima atau dilegitimasi oleh pihak luar dengan beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada (Utami & Yusniar, 2020). *Legitimacy Theory* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai justice dan perusahaan berusaha menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk mendapatkan legitimasi dari kelompok tersebut. Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari Masyarakat (Fauzi *et al.*, 2016).

Menurut teori legitimasi, salah satu cara agar perusahaan diterima oleh masyarakat ialah dengan melakukan pengungkapan aktivitas sosial. Pengungkapan aktivitas sosial perusahaan dapat dilakukan dalam bentuk CSR yaitu kegiatan yang memperhatikan lingkungan sosial dengan sebaik-baiknya agar setiap aktivitas perusahaan mendapat dukungan dari masyarakat setempat

(Oviliana *et al.*, 2021). Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dan diungkapkan dalam laporan tahunannya dapat dipandang sebagai suatu usaha untuk memenuhi harapan-harapan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang berusaha untuk menyelaraskan aktivitas perusahaan dengan norma-norma yang ada di dalam masyarakat dapat dianggap sah dalam masyarakat dan dapat terus bertahan menjalankan bisnisnya (Ratmono & Sagala, 2015).

2.1.2 Teori Keagenan

Teori keagenan atau *Agency Theory* merupakan teori yang dikembangkan oleh para ekonom Amerika Serikat Michael C. Jensen dan William H. Meckling pada tahun 1976. Teori keagenan menjelaskan tentang hubungan yang terjadi antara pemegang saham (*shareholders*) selaku prinsipal dengan manajemen selaku agen. Jensen dan Meckling (1976) mendeskripsikan hubungan keagenan sebagai kontrak antara satu atau lebih orang (prinsipal) yang memerintah orang lain (agen) untuk melakukan jasa atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat kebijakan bagi principal (D. M. Sari & Wulandari, 2021). Teori agensi (*Agency Theory*) menunjukkan hubungan antara *Principle* (pemilik) dan agent (manajemen). Pemilik atau para pemegang saham mendelegasikan kewenangannya kepada manajemen untuk mengelola perusahaan. Pemilik diasumsikan hanya tertarik pada pengembalian keuangan yang diperoleh dari investasi mereka kepada Perusahaan (Jullia & Finatariani, 2024).

Yang dimaksud dengan agen adalah pihak yang mengelola perusahaan atau pihak manajemen, sedangkan prinsipal adalah pemilik perusahaan atau para pemegang saham. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan mengenai

adanya hubungan antara pemisahan kepemilikan dan pengendalian Perusahaan (Darmayanti *et al.*, 2018). Jensen dan Meckling (1976) menyatakan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional adalah dua mekanisme *Corporate Governance* utama yang membantu mengendalikan masalah keagenan (Suastini *et al.*, 2016).

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kekayaan dan kesejahteraan pemegang saham. Perusahaan yang terlihat dan berkembang memiliki nilai yang tinggi di mata investor, oleh karena itu para pemegang saham tidak ragu untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Suatu perusahaan dianggap bernilai bila hasilnya bagus, nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, harga saham yang tinggi menunjukkan nilai perusahaan yang baik, dan perusahaan lebih bernilai bila pemegang sahamnya kaya (Turrohma & Sudiyatno, 2023). Nilai perusahaan adalah hal penting dalam perusahaan karena berkaitan dengan kesejahteraan para pemegang saham. Nilai perusahaan sangat penting karena tujuan yang ingin dicapai manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, jika perusahaan berjalan dengan baik, maka nilai perusahaan akan meningkat atau dapat dikatakan memaksimalkan harga saham (Erdianty & Bintoro, 2016).

Nilai perusahaan merupakan sudut pandang investor terhadap perusahaan. Hal ini erat kaitannya dengan harga saham karena jika harga saham tinggi, maka kinerja perusahaan akan dinilai baik oleh investor (Ramadhani, 2022). Nilai dari suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan

mengandung arti bahwa semakin besar ukuran dan skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memberikan informasi laba, pengungkapan informasi sosial, dan akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar akan cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Sehingga ukuran perusahaan akan berdampak pada nilai perusahaan semakin baik atau kurang baik (Amani *et al.*, 2024).

Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai perusahaan adalah dengan Price to Book Value (PBV). (PBV). Menurut Sugiarto (2011) PBV merupakan rasio antara harga saham pasar terhadap nilai bukunya. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan (Suharto *et al.*, 2022). Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham Per Lembar}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

2.1.4 *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance (GCG) adalah konsep yang sudah saatnya diimplementasikan dalam perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia, karena melalui konsep yang menyangkut struktur perseroan, yang terdiri dari unsur-unsur

RUPS, direksi dan komisaris dapat terjalin hubungan dan mekanisme kerja, pembagian tugas, kewenangan dan tanggung jawab yang harmonis, baik secara intern maupun ekstern dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan demi kepentingan *shareholders* dan *stakeholders*. GCG diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan dan konsisten dengan peraturan perundang-undangan (Erdianty & Bintoro, 2016). *Forum for Corporation in Indonesia* (FCGI), (2001) menyatakan bahwa *Corporate Governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur antara hubungan pemegang saham, pengelola perusahaan, kreditur, pemerintah, dan karyawan serta seluruh para pemangku kepentingan internal maupun eksternal lain yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang dapat mengendalikan Perusahaan (Ilham, 2024). *Good Corporate Governance* (GCG) dapat menciptakan nilai tambah karena dengan menerapkan *Good Corporate Governance*, diharapkan perusahaan akan memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan nilai tambah dan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan keuntungan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan. Secara lebih rinci, terminologi *Corporate Governance* dapat dipergunakan untuk menjelaskan peranan dan perilaku dari dewan direksi, dewan komisaris, pengurus perusahaan, dan para pemegang saham (Mutmainah, 2015). KNKG juga membuat lima asas GCG yang tercantum dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia tahun 2006, yaitu (KNKG, 2006) :

1. Transparansi (*Transparency*). Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang

material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan.

2. Akuntabilitas Perusahaan (*Accountability*). 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.
3. Responsibilitas (*Responsibility*). Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab 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 mendominasi dan tidak saling dapat diintervensi oleh pihak lain.
5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*). Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan memperhatikan harus senantiasa kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan (Mutmainah, 2015).

Kehadiran tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance* (GCG) yang baik mutlak diperlukan oleh organisasi, mengingat GCG

membutuhkan sistem tata kelola yang baik yang dapat membantu membangun kepercayaan pemegang saham dan memastikan bahwa semua pemangku kepentingan diperlakukan sama. Sistem GCG akan memberikan perlindungan yang efektif kepada pemegang saham untuk memulihkan investasi mereka secara wajar, tepat dan efisien, dan memastikan bahwa manajemen bertindak untuk keuntungan Perusahaan (Lestari & Zulaikha, 2021). Seperangkat prinsip yang dikenal sebagai Tata Kelola Perusahaan yang Efektif terdiri dari proses terstruktur untuk mengelola dan mengarahkan bisnis dan kepemilikannya untuk meningkatkan nilai perusahaan dan keberlanjutan bisnis. (Ndatika *et al.*, 2024). Hal lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*).

Good Corporate Governance dalam penelitian ini diproyeksi dalam indikator kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komite audit.

1. Kepemilikan Manajerial

Struktur kepemilikan manajerial adalah tingkat kepemilikan saham oleh pihak manajemen yang secara aktif terlibat di dalam pengambilan keputusan. Pengukurannya dilihat dari besarnya proporsi saham yang dimiliki manajemen pada akhir tahun yang disajikan dalam bentuk persentase (Rohmawati & Sutapa, 2020). Peningkatan proporsi saham yang dimiliki manajer akan menurunkan kecenderungan manajer untuk melakukan tindakan yang berlebihan. Dengan demikian, maka akan mempersatukan kepentingan manajer dengan pemegang saham, hal ini berdampak positif meningkatkan nilai perusahaan.

Semakin besar proporsi kepemilikan saham manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (Lestari & Zulaikha, 2021). Menurut (E. Sari & Rahayu, 2024) Rumus yang digunakan untuk menghitung kepemilikan manajerial adalah:

$$KM = \frac{\textit{Total Saham oleh Pihak Manajemen}}{\textit{Total Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

2. **Kepemilikan Institusional**

kepemilikan institusional berperan sebagai mekanisme pengawasan terhadap keputusan manajerial, yang berkontribusi pada kesejahteraan pemegang saham dan meningkatkan nilai Perusahaan (E. Sari & Rahayu, 2024). Kepemilikan institusional merupakan komponen *Corporate Governance* yang mewakili prinsip akuntabilitas. Akuntabilitas adalah kejelasan fungsi, struktur, system dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif (Putra, 2016).

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh investor institusional. Investor institusional mencakup bank, dana pensiun, perusahaan asuransi, perseroan terbatas dan lembaga keuangan lainnya. Mengukur kepemilikan saham intitusional yang beredar digunakan rumus sebagai berikut: (Santoso, 2017).

$$KI = \frac{\textit{jumlah saham instutisional}}{\textit{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

3. Komite Audit

Komite audit adalah komite yang dibentuk dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi dewan komisaris (Kep-643/BL/2012). Pengawasan yang dilaksanakan oleh komite audit untuk memastikan bahwa tercapainya kinerja perusahaan yang lebih baik dan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Anggota komite audit terdiri dari orang-orang yang independen, seperti komisaris yang tidak terlibat dalam pengurus perusahaan dan pihak-pihak yang terafiliasi. Berdasarkan Kep643/BL/2012, komite audit paling sedikit terdiri dari 3 orang anggota. Berdasarkan praktik dan pengalaman dalam lingkup internasional, kebanyakan dari komite audit yang efektif terdiri dari 3 sampai 5 anggota (Muliani *et al.*, 2019). Menurut (Ferdiansyah & Purbasari, 2021). Komite audit dalam penelitian ini diukur dengan rumus sebagai berikut:

Σ Anggota Komite Audit

2.1.5 *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan konsep tanggung jawab perusahaan yang berkomitmen untuk mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan keseimbangan antara aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. CSR merupakan kegiatan sosial yang harus dilakukan perusahaan untuk menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan dan masyarakat, karena menggunakan cara lain yang bermanfaat untuk CSR adalah mendapatkan kepercayaan dan perhatian

dari investor untuk dapat memperkuat investasi (Turrohma & Sudiyatno, 2023). CSR terwujud dalam perilaku etis dan transparan. Hal ini sesuai dengan konsep pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat dengan mengutamakan kepentingan *stakeholder* (Ramadhani, 2022).

Seperti kita ketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu pertanggung jawaban yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder* baik internal maupun eksternal. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bagian dari strategi bisnisnya, untuk menunjang keberlangsungan perusahaan dimasa mendatang (Erdianty & Bintoro, 2016). Praktik pengungkapan CSR memegang peran penting bagi perusahaan karena perusahaan berada dalam lingkungan Masyarakat dan kemungkinan kegiatannya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Dengan pengungkapan CSR diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan dan dukungan dari *stakeholder* guna mendukung perusahaan dalam mencapai tujuan yaitu stabilitas usaha dan keberlangsungan usaha (Ilham, 2024).

Corporate Social Responsibility (CSR) merujuk pada prinsip di mana perusahaan berusaha untuk memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan sosial dan lingkungan yang berkelanjutan, sambil tetap fokus pada pencapaian keuntungan. Di Indonesia, pengaturan mengenai pengungkapan CSR diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, yang mewajibkan perusahaan untuk melaporkan 91 item yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial mereka dalam laporan tahunan. Tujuan dari pengungkapan ini adalah untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas kepada semua pemangku kepentingan.

Sub item dalam 91 item yang terkait dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) mencakup berbagai elemen yang berhubungan dengan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari aktivitas perusahaan. Di antara sub item tersebut terdapat kebijakan dan praktik yang diterapkan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan, kontribusi kepada komunitas lokal, program pelatihan dan pendidikan, pengembangan ekonomi setempat, serta upaya untuk memastikan kesehatan dan keselamatan kerja. Selain itu, perusahaan diharapkan untuk menyampaikan informasi mengenai partisipasi mereka dalam kegiatan filantropi, pengelolaan limbah, penggunaan sumber daya yang berkelanjutan, dan keterbukaan dalam interaksi dengan pemangku kepentingan. Pengungkapan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh mengenai komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial serta dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Menurut teori legitimasi, legitimasi penting bagi perusahaan karena berhubungan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan (Retno, 2017). Penerapan ungkapan dengan menggunakan CSR dapat meningkatkan legitimasi sosial perusahaan dan eksistensi perusahaan untuk waktu yang lama. Semakin sering perusahaan melepaskan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan, maka semakin positif perusahaan tersebut dipersepsikan oleh masyarakat dan dapat menarik investor, karena perusahaan dengan citra positif umumnya dapat menciptakan tingkat loyalitas pelanggan yang semakin tinggi. Diantara tanggung jawab perusahaan tersebut yaitu mampu

menjadi penyerap tenaga kerja terhadap masyarakat di lokasi sekitar perusahaan, dan mampu memberikan peningkatan atau bisa dibidang dengan kenaikan daya beli Masyarakat (Yulianawati & Fahamsyah, 2023). Beberapa tahun terakhir ini sudah banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Variabel CSR diukur dengan indeks pengungkapan sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai rujukan dalam melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel *Moderating*.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Mutmainah (2015)	Analisis <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan	Y= Nilai Perusahaan X1= <i>good corporate governance</i> X2= <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian ini sebagai berikut : Y= Variabel <i>Good Corporate Governance</i> (GCG), <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan pada terhadap

				<p>perusahaan nilai sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</p> <p>X1= Variabel <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</p> <p>X2= Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) sebagai variabel <i>moderating</i> terbukti berpengaruh positif secara signifikan perusahaan.</p>
2	Ema Rohmawati, Sutapa (2020)	Pengaruh <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan (gcv)	Z= <i>Corporate Social Responsibility</i> Y= Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut : Kepemilikan manajerial,

		dengan <i>corporate social responcibly</i> (csr) sebagai variabel <i>intervening</i>	X1= Kepemilikan Manajerial X1= Kepemilikan Institusional X3= Komisaris Independen X4= Komite Audit	Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen dan Komite Audit tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan sedangkan yang di <i>Intervening</i> kan terhadap CSR berpengaruh signifikan.
3	Latifah Hanum, Fefri Indra Azra dan Desi Areva (2017)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CS R) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)	Z= <i>Corporate Social Responsibility</i> Y= Nilai perusahaan X1= <i>Good Corporate Governance</i>	Hasil penelitian ini secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4	Hary Wisnu Purbopangestu, Subowo (2017)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	Z= <i>Corporate Social Responsibility</i> Y= Nilai perusahaan X1= Kepemilikan Manajerial X2= Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komisaris independen dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan faktor lainnya tidak berpengaruh

			X3= Komisaris Independen X4= Komite Audit	terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR sedangkan kepemilikan institusional dan komite audit tidak berpengaruh. CSR bukan merupakan variabel <i>intervening</i> dalam pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.
5	Shelo Mita, Siti Saharah, Agung Yulianto (2024)	The Role of Corporate Governance Mecanism in Enhancing Firm Value with CSR as Moderating Variable	Y= firm value X1= institutional ownership X2= audit committee X3= independent component	Hasil penelitian ini memvalidasi bahwa kepemilikan institusional dan manajerial memberikan pengaruh positif namun signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan komite audit memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik.

6	Weni Apriliana, Yosi Yulia, Sigit Sanjaya (2021)	The Influence of Corporate Governance and Investment Opportunity Set on Firm Value: CSR as Moderating Variable	Y= firm value X1= Independent commissioner s X2= Institutional ownership X3= Audit committee X4= Investment Opportunity	Hasil penelitian : X1= penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara dewan komisaris independen dengan nilai perusahaan. X2= Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. X3 dan X4= Terdapat hubungan yang signifikan antara komite audit dan investment opportunity terhadap nilai perusahaan.
7	Almatius Setya Marsudi, Gusti Putra Soetanto (2020)	The Effect of Good Corporate Governance [GCG] on Disclosure of Corporate Social Responsibility [CSR] and Its Implications on Firm Value	Z= Corporate Social Responsibility Y= Firm Value X1= Good Corporate Governance (institutional ownership)	Hasil : Penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa CSR mempunyai pengaruh sebagai variabel mediasi GCG terhadap nilai perusahaan.
8	Rizky Indriyani Siregar, Junino Jahja (2020)	The Impact of Corporate Governance Perception Index (CGPI) on Price to Book Value with	Z= Corporate Social Responsibility Y= Firm Value X1= Good	Hasil : Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa ketika CSR

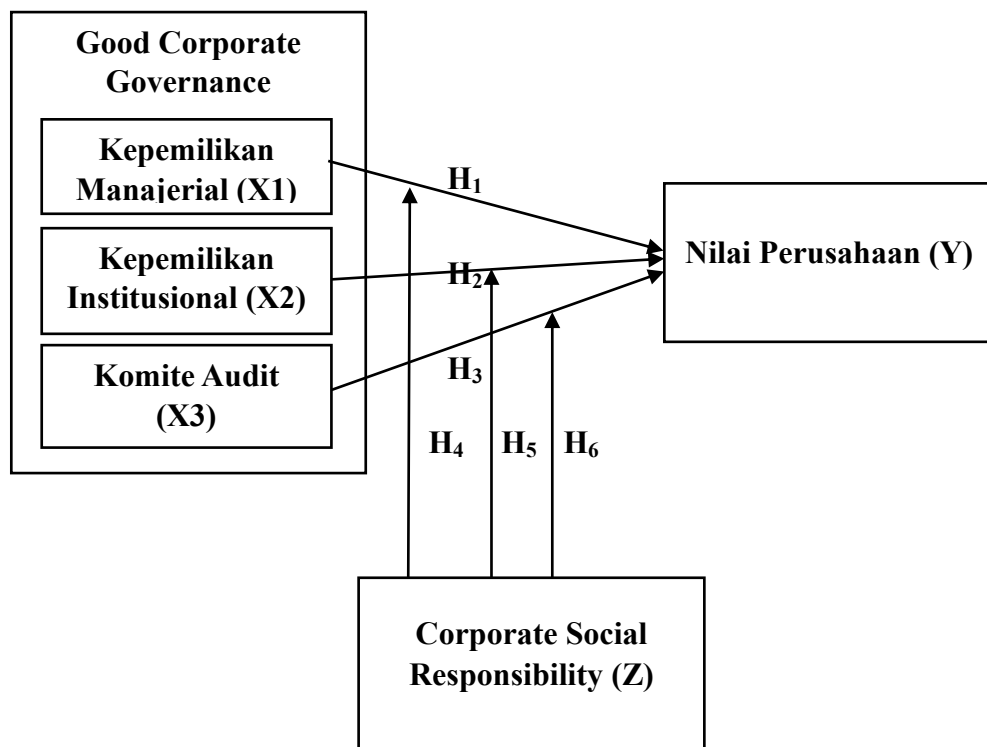
		Corporate Social Responsibility (CSR) as Moderating Variable (Bank Listed on Indonesia Stock Exchange in 2016-2018)	Corporate Governance	digunakan sebagai variabel moderasi, CGPI dan variabel moderasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PBV. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan aktivitas CSR perusahaan dalam Laporan Tahunan bank tidak mampu memperkuat CGPI dalam memperkuat pengaruh CGPI terhadap PBV.
9	Zulhilmi, Erlina, Hasan Basri Tarmizi (2022)	Effects of Good Corporate Governance and Financial Performance on Firm Value with Corporate Social Responsibility as a Moderating Variable in the Manufacturing Companies Listed on Indonesia Stock Exchange from 2014 to 2019	Z= Corporate Social Responsibility Y= Firm Value X1= Managerial Ownership X2= Institutional Ownership X3= Independent Commissioner X4= The Audit Committee X5= Financial	Hasil penelitian : memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif dan signifikan, komisaris independen memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan, komite audit

			Performance	<p>memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan, dan kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan dalam memoderasi hubungan antara tata kelola perusahaan yang baik dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.</p>
--	--	--	-------------	---

Sumber : Data diolah 2025

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka hipotesis yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Untuk dapat menjelaskan lebih lanjut mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka penulis membuat bagian kerangka hipotesis sebagai berikut :



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

H₁ : Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan.

H₄ : Pengaruh Kepemilikan Manajerial yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₅ : Pengaruh Kepemilikan Institusional yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₆ : Pengaruh Komite Audit yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Yam & Taufik, 2021)

1. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai Perusahaan

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa kepemilikan saham oleh manajemen akan menurunkan permasalahan agensi karena semakin banyak saham yang dimiliki oleh manajemen maka semakin kuat motivasinya untuk bekerja dalam meningkatkan nilai perusahaan. Jensen dan Meckling mengisyaratkan bahwa ada hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan nilai Perusahaan (Suastini *et al.*, 2016). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa di banyak negara perusahaan besar memiliki pemegang saham besar dan pemegang saham aktif dalam tata kelola Perusahaan (Hayati & Saputra, 2023). Kepemilikan manajerial didalam perusahaan sebagai perantara penyatuan kepentingan diantara manajer dengan investor. Manajer berusaha memaksimalkan dirinya dibandingkan perusahaan. Sebaliknya apabila kepemilikan manajerial meningkat maka akan semakin produktif kebijakan manajer untuk meningkatkan nilai Perusahaan (Gusriandari *et al.*, 2022). Menurut penelitian Purwaningrum &

Tantina, (2022) kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Menurut penelitian Lestari & Zulaikha, (2021) kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan.

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

H₁ : Kepemilikan Manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan

2. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap nilai Perusahaan

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh investor institusional. Investor institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen dan nilai Perusahaan (Suparlan, 2019). Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer (Tambalean *et al.*, 2018).

Menurut Jensen Dan Meckling (1976) Kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham (Darmayanti *et al.*, 2018). Berdasarkan penelitian Aisyah Firdaus & Maryanti, (2024) menyatakan kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif nilai Perusahaan dapat memberikan pengaruh dimana mekanisme pengawasan menjadi efektif, sehingga apabila kepemilikan institusional besar maka pengendalian manajemen akan semakin baik

yang pada akhirnya dapat mengurangi praktik manajemen laba pada perusahaan. Begitu juga dengan penelitian Jullia & Finatariani, (2024) Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan Ini menunjukkan bahwa kepemilikan oleh lembaga atau institusi dapat berkontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

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

H₂ : Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan

3. Pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan

Komite audit adalah penghubung antara manajemen perusahaan dengan pihak perusahaan yaitu pihak ekstern maupun dewan komisaris, dimana komite audit melakukan usaha dalam pengelolaan dan pengawasan perusahaan sebagai usaha perbaikan terhadap kinerja. Laporan keuangan perusahaan diperiksa oleh anggota komite audit perusahaan sebagai kontribusi kepada perusahaan agar dapat dipertanggungjawabkan Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai dengan cara memberikan informasi perusahaan secara jelas dan transparan (Mayangsari, 2018).

Jumlah anggota komite audit dalam suatu perusahaan harus disesuaikan sesuai dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap selalu memperhatikan unsur efektivitas dalam proses pengambilan keputusan sehingga memberikan kontribusi dalam nilai perusahaan dan juga kualitas laporan keuangan. Laporan keuangan telah mencerminkan kondisi perusahaan sebenarnya dan disajikan secara wajar

sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum (Prakoso, 2020). Berdasarkan penelitian Sondokan *et al.*, (2019) pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan adalah bersifat positif dan signifikan. Menurut penelitian Nuryono *et al.*, (2019) komite audit berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.

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

H₃ : Komite audit berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan

4. Pengaruh Kepemilikan Manajerial yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Dalam teori keagenan ketika manajer memiliki saham di perusahaan, mereka cenderung memiliki dorongan yang lebih kuat untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Kepemilikan Manajerial didefinisikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan yang meliputi komisaris dan direksi (Muliani *et al.*, 2019). Kepemilikan manajerial bisa diukur dari persentase saham yang dimiliki manajemen. Kepemilikan manajerial cukup kuat dalam melaksanakan *Good Corporate Governance*, karena berperan penting dalam penerapan *Good Corporate Governance* dengan prinsip-prinsip yang sudah ada (Erdianty & Bintoro, 2016).

Kepemilikan manajerial memungkinkan manajemen untuk berpengaruh langsung terhadap operasional dan strategi perusahaan Semakin tinggi

kepemilikan manajerial, semakin besar potensi kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan pada akhirnya meningkatkan nilai Perusahaan (E. Sari & Rahayu, 2024). Serta penerapan CSR yang efektif akan meningkatkan kepemilikan manajerial maupun kinerja pasar atau memaksimalkan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian Negara, (2019) *Good Corporate Governance* dengan proxy kepemilikan manajerial berpengaruh positif dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderating. Menurut penelitian Rohmawati & Sutapa, (2020) kepemilikan manajerial yang dimediasi *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

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

H₄ : *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai Perusahaan.

5. Pengaruh Kepemilikan Institusional yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Hal ini disebabkan investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga tidak mudah percaya terhadap tindakan manipulasi laba (Santoso, 2017). Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. 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 (Darmayanti *et al.*, 2018).

Hal ini dapat diartikan bahwa Investor institusional dapat memantau atau mengawasi manajemen untuk meningkatkan nilai pasar perusahaan secara maksimal, sehingga kepemilikan institusional dapat menjadi signal kepada investor yang dapat mempengaruhi harga saham perusahaan (Lestari & Zulaikha, 2021). Serta dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan citra perusahaan dimata investor dan masyarakat. Perusahaan dapat mengemukakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan (Retno, 2017). Berdasarkan penelitian Zulhilmi *et al.*, (2022) *Good Corporate Governance* dengan proxy kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderating. Begitu juga penelitian Mita *et al.*, (2024) kepemilikan institusional yang dimoderasi *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

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

H₅ : *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai Perusahaan.

6. Pengaruh Komite Audit yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Keikutsertaan komite audit dimaksudkan untuk memberikan nilai bagi pelaksanaan prinsip-prinsip GCG. Kehadiran komite audit juga berguna sebagai corporate monitoring untuk meminimalisir terjadinya penyalahgunaan oleh manajemen, sehingga menjamin kualitas laporan keuangan Perusahaan (Rahayu & Praptiningsih, 2024). Keberadaan komite audit dalam sebuah perusahaan dan peran aktif mereka sangat diperlukan untuk menjamin efektivitas pelaksanaan *Good Corporate Governance* di dalam perusahaan (Firdarini, 2023).

Komite audit hanya berperan dalam tindakan pengawasan kegiatan operasi perusahaan melalui sisi keuangan perusahaan. Sehingga hanya sebatas apakah perusahaan telah sejalan dengan peraturan dan tanggung jawab pada kinerja keuangannya, Dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan *legitimacy theory* legitimasi merupakan bentuk pengakuan keberadaan perusahaan dari Masyarakat. secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat secara penuh atas perusahaan. karena komite audit tidak menyeluruh terlibat dalam pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Namun *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan secara berkala dapat meningkatkan nilai perusahaan (Ferdiansyah & Purbasari, 2021). Berdasarkan penelitian Mayangsari, (2018) menunjukkan adanya komite audit mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan komite audit bertujuan melakukan pengawasan terhadap strategi ketika akan mengelola perusahaan terutama dalam melakukan pengawasan pada karyawan perusahaan. Begitu juga dengan penelitian Apriliana *et al.*, (2021)

menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara komite audit dan investasi peluang yang ditetapkan pada nilai perusahaan yang dimoderasi oleh CSR.

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

H_6 : *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh komite audit terhadap nilai Perusahaan.