

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### 1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini di latar belakang oleh penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai literatur peneliti. Hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan nilai perusahaan ditinjau dari pelaksanaan *good corporate governance*, *profitabilitas* dan *corporate social responsibility* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1	Katiya Nahda, D Agus Harjito. 2011.	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan <i>corporate governance</i> sebagai variabel moderasi. (Studi kasus perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia pada periode 2005-2009)	Hasil penelitian ini adalah <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berartise makin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. <i>Good Corporate Governance</i> sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.
2	Dian Prasinta, 2012.	Pengaruh <i>good corporate governance</i> terhadap kinerja perusahaan. (Studi Kasus Perusahaan yang memenuhi syarat CGPI Award 2006-2010)	Hasil penelitian ini adalah GCG tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. <i>Good Corporate Governance</i> yang diprosikan skor CGPI tidak berpengaruh terhadap ROA, skor CGPI berpengaruh positif terhadap ROE, dan skor CGPI tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q.

3	Retno Kusuma Dewi, Bambang Widagdo. 2012	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> dan <i>good corporate governance</i> terhadap kinerja perusahaan. (Studi kasus perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia pada periode 2010)	Hasil penelitian ini adalah <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Good Corporate Governance</i> . <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui <i>Good Corporate Governance</i> sebagai variabel intervening.
4	Melia Agustina T, Jogi C. 2015.	Pengaruh <i>good corporate governance</i> terhadap kinerja perusahaan pada sector keuangan. (Studi kasus perusahaan sektor keuangan Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2013)	Hasil penelitian ini adalah variabel independen antara lain dewan komisaris, komisaris independen, dan kepemilikan manajerial dengan variabel kontrol ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu ROA. Secara individual, dewan komisaris dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Semakin besar dewan komisaris dan kepemilikan manajerial maka tidak mempengaruhi jumlah ROA yang dihasilkan. Sedangkan, komisaris independen dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Semakin besar komisaris independen dan ukuran perusahaan, maka ROA yang dihasilkan semakin kecil atau menurun.
5	Riana Anugrah Fitri, Eliada Herwinyanti. 2015.	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> dan <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan. (Studi kasus perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013)	Hasil penelitian ini adalah 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

6	Cinditya Mariana S, Lilis Ardiani. 2016.	Pengaruh <i>good corporate governance</i> , <i>corporate social responsibility</i> dan <i>profitabilitas</i> terhadap nilai perusahaan. (Studi kasus perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2013).	Hasil penelitian ini adalah (1) Hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa <i>good corporate governance</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena tingkat signifikansi <i>good corporate governance</i> . (2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7	Maureen Erna M, Indah Masri. 2017.	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> dan <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan. (Studi kasus perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2015)	Hasil penelitian ini adalah Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Komite audit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
8	Suwardika Agus, Mustanda Ketut. 2018.	Pengaruh <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan <i>profitabilitas</i> terhadap nilai perusahaan. (Studi kasus perusahaan properti periode 2013-2015 di Bursa Efek Indonesia)	Pertama <i>leverage</i> secara parsial berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Kedua ukuran perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketiga pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Keempat profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

9	Ayu Nikita Vira, Made Gede W. 2019.	Pengaruh pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> pada nilai perusahaan dengan <i>good corporate governance</i> sebagai pemoderasi. (Studi kasus perusahaan manufaktur sub sector pertambangan Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017)	Hasil penelitian ini adalah pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.
10	Mahesha E.D 2019.	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (CSR) dan pengungkapangood <i>corporate governance</i> (GCG) terhadap nilai perusahaan. (Studi kasus pada perusahaan industri dasar kimia sub sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). (Studi kasus perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor kimia Bursa Efek Indonesia pada periode 2010-2015).	Hasil penelitian ini adalah <i>good corporate governance</i> (GCG) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia sub sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2015. <i>corporate social responsibility</i> (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia sub sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2015.

Sumber: google cendikia

Dalam penelitian-penelitian yang telah dipaparkan diatas masih terdapat persamaan dan perbedaan dalam hasil penelitian. Persamaan tersebut terdapat pada variabel independen yaitu *corporate social responsibility* (CSR), *Profitabilitas*, *good corporate governance* (GCG), dan variabel dependennya sama-sama menggunakan *nilai perusahaan*. Kemudian masih terdapat beberapa hasil penelitian yang berbeda. Perbedaan itu antara lain ada penelitian yang mengatakan *good corporate governance* (GCG) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun ada pula penelitian lain yang mengatakan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, lalu ada hasil penelitian lain yang mengatakan *corporate social responsibility* (CSR)

tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Lalu perbedaan lain terdapat pada periode penelitian dan sektor penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi, lalu periode yang digunakan adalah tahun 2016-2020 dengan analisis regresi linier berganda. Perbedaan tersebutlah yang melandasi peneliti ingin menguji kembali penelitian-penelitian terdahulu agar menemukan titik terang dalam penelitian ini.

## **1.2 Landasan Teori**

### **a) Teori Sinyal (*Signal Theory*)**

Menurut Brigham dan Huston (2014) menyatakan isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.

### **b) Teori stakeholder**

Menurut Freeman, 1984 (dalam Fedora Sherly dan Hudiono Fleureta, 2019) Stakeholder atau pemangku kepentingan merupakan pihak yang dapat mempengaruhi maupun menerima dampak dari keputusan yang

diambil. Dengan kata lain para stakeholder memiliki peran dan pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan perusahaan.

Kasali , 2005 (dalam Puspita Marsella, 2015) membagi stakeholder, menjadi internal dan eksternal. *Stakeholder* internal terdiri dari orang-orang yang memiliki kepentingan terhadap sumber daya perusahaan serta di dalam perusahaan yaitu karyawan, manajer, dan pemegang saham. Sedangkan stakeholder eksternal selain tiga pihak diatas namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan perusahaan yaitu pemasok, konsumen, masyarakat, pemerintah, dan lainnya. Hubungan *stakeholders* dengan perusahaan, yaitu kelompok yang memasok suatu kontribusi terhadap perusahaan dan mengharapkan kepentingan mereka juga dipenuhi.

c) **Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori Keagenan menurut Jensen dan Meckling, 1976 (dalam Habib Anang 2020) merupakan teori yang menjelaskan tentang kontrak antara satu atau lebih pihak prinsipal dan agen, dimana prinsipal memberikan kewenangan untuk pengambilan keputusan kepada pihak agen. Dimana antara pihak dalam hubungan keagenan mempunyai tanggungjawab yang harus diterima maupun dijalankan.

Menurut Jensen dan Meckling ,1976 (dalam Habib Anang 2020) menyatakan bahwa wewenang dan tanggung jawab agen ataupun investor diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama. Konflik kepentingan antara pemilik dan agen terjadi karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan pemilik sehingga memicu biaya



keagenan (*agency cost*). Konflik kepentingan ini terjadi karena perbedaan tujuan dari pihak-pihak terkait berdasarkan posisi dan kepentingan terhadap perusahaan. Sebagai agen, manajer secara moral bertanggungjawab mengoptimalkan keuntungan para investor dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dengan demikian terdapat dua kepentingan di dalam perusahaan yang masing-masing berusaha mencapai tingkat kemakmuran yang dikehendaki.

#### d) Teori Legitimasi

Menurut Munandar, 2010 (dalam Yeni Arum, 2012), legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan. Nor Hadi, 2011 (dalam Habib Anang 2020 ), legitimasi masyarakat adalah faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepannya, hal tersebut dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengkonstruksi strategi perusahaan terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan yang semakin maju. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Nor Hadi, 2011 (dalam Habib Anang 2020 ) mengatakan melalui *corporate social responsibility* perusahaan memperoleh cara yang sesuai untuk melakukan komunikasi dan menjalin hubungan dengan lingkungan sekitar, perusahaan dapat mengetahui apa saja dampak-dampak yang mereka timbulkan dari aktivitas perusahaan, dan dapat mencari solusi yang

lebih terarah sehingga perusahaan dan masyarakat bersama memberikan manfaat bagi masing-masing pihak.

**e) Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Menurut Harmono (2009) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kinerja perusahaan yang mencerminkan harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Harga saham penting untuk diperhatikan karena tidak pernah tetap, terkadang tetap, kadang turun. Jika harga saham dipasar modal naik, maka perusahaan akan mencapai nilai maksimal dan kemakmuran pemegang saham juga meningkat sehingga sehingga tujuan perusahaan tercapai, dan begitu pula jika terjadi sebaliknya. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin, 2008 (dalam Rahmawati, 2015) karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

Setyaningrum (2015), perusahaan bisa mengeluarkan suatu informasi jika informasi mampu meningkatkan suatu nilai perusahaan. Perusahaan bisa menggunakan informasi tersebut sebagai keuntungan yang kompetitif dari perusahaan. Menurut Mai, 2016 (dalam Mahesha E.D 2019) beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan :

- 1) Pengaruhnya Keputusan Investasi



Jika investasi perusahaan bagus maka akan berpengaruh pada kinerja perusahaan, dan hal ini pun akan direspons positif oleh investor dengan membeli saham perusahaan tersebut sehingga harga saham naik.

## 2) Keputusan Pendanaan

Perusahaan yang porsi utangnya tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mampu untuk membayar kewajiban-kewajiban dimasa yang akan datang sehingga mengurangi ketidakpastian investor terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan pengembalian atas modal yang telah disetorkan.

## 3) Kebijakan Dividen

*Signaling theory* menekankan bahwa pembayaran dividen merupakan sinyal bagi para investor bahwa perusahaan memiliki kesempatan untuk tumbuh dimasa yang akan datang, sehingga pembayaran dividen akan meningkatkan apresiasi pasar terhadap saham perusahaan yang membagikan dividen tersebut, dengan demikian pembayaran dividen berimplikasi positif terhadap nilai perusahaan.

Kemudian rasio keuangan yang digunakan oleh investor untuk mengetahui nilai perusahaan. Rasio ini memberikan indikasi manajemen mengenal penilaian investor terhadap kinerja masa lalu perusahaan dan prospek masa depannya. Berikut rasio yang digunakan mengukur sebuah perusahaan:

### 1. *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Surdana, 2009 (dalam Dwijayanti Sri, 2020) mengatakan *price earning ratio* merupakan rasio untuk mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah, laba yang diperoleh perusahaan. *Price earning ratio* (PER) digunakan untuk melihat bagaimana pasar mampu menghargai kinerja suatu perusahaan yang dicerminkan oleh *price earning ratio* perusahaan tersebut. Menurut Tandililin (2010), untuk menghitung price earning ratio (PER) suatu saham adalah :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Lembar}}$$

*Earning* per lembar saham dapat diperoleh dengan *earning* perusahaan dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Price earning ratio (PER) menunjukkan seberapa besar investor bersedia membayar untuk setiap satu rupiah dari keuntungan yang dilaporkan. Investor yang mempunyai banyak saham dari perusahaan go public, maka mempunyai banyak kemungkinan meraih capital gain. Kemudian dari segi investor PER yang terlalu tinggi terkadang tidak menarik karena berkemungkinan saham tidak naik lagi yang berarti investor memperoleh capital gain akan kecil.

## 2. *Price to Book Value* (PBV)

*Price to book value* (PBV) digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. *Price to book value* (PBV) juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai buku relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya mempunyai rasio PBV diatas satu (1) yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh investor. Berikut ini adalah rumus yang digunakan *Price to book value* adalah :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Reguler Closing Price}}{\text{Book Value Share}}$$

## 3. *Return on Equity* (ROE)

*Return on equity* (ROE) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan modal sendiri. Menurut pendapat Syamsuddin (2009) menyatakan bahwa *Return on equity* (ROE) adalah suatu pengukuran dari hasil yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan didalam perusahaan didalam perusahaan. Semakin tinggi *Return on equity* (ROE) sebuah perusahaan, maka akan semakin baik. Kemudian menurut Kasmir (2010), hasil pengembalian ekuitas atau rentabilitas modal sendiri merupakan ratio untuk

mengukur laba bersih sesudah pajak modal sendiri. Berikut adalah persamaan Return on equity sendiri :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Equity}}$$

#### 4. Rasio Tobins'Q

Rasio Tobins's Q ini dianggap bisa memberikan informasi yang paling baik, dikarenakan Tobin's Q memasukkan unsur-unsur modal saham dan hutang perusahaan, tidak hanya saham yang biasa dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimaksudkan, akan tetapi keseluruhan dari aset perusahaan. Hal ini mengartikan perusahaan tidak hanya fokus pada satu tipe investor dalam bentuk saham akan tetapi juga untuk kreditor dikarenakan sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya berasal dari ekuitas perusahaan saja melainkan juga berasal dari pemberian pinjaman dari keditur Sukamulja, 2014 (dalam Dwijayanti Sri, 2020). Maka dari itu makin besar nilai Tobin's Q menunjukkan perusahaan mempunyai prosep perkembangan baik terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi dikarenakan makin besar nilai pasar aset perusahaan dibanding dengan nilai buku aset perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar pengorbanan investor mempunyai perusahaan tersebut.

$$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

Keterangan :

Q : nilai perusahaan

EMV : nilai pasar ekuitas (closing price saham x jumlah saham beredar)

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari total ekuitas (total aktiva – total hutang)

f) ***Good Corporate Governance (GCG)***

Pengertian *good corporate governance* (GCG) menurut FCGI (Forum for Corporate Governance in Indonesia) 2001 merupakan seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pemerintah, karyawan, kreditur serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka. Tujuan pelaksanaan *good corporate governance* (GCG) antara lain untuk menciptakan sistem pengendalian dan keseimbangan (check and balance) dalam mencegah penyalahgunaan sumber daya perusahaan dan tetap mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan Nur'ainy, Nurcahyo 2013 (dalam Dwijayanti Sri, 2020). *Good corporate governance* yang baik harus memberikan insentif yang tepat bagi dewan dan manajemen untuk mengejar tujuan-tujuan bagi kepentingan perusahaan dan pemegang sahamnya serta aktif memfasilitasi pengawasan yang efektif (OECD, 2004).

Menurut Hidayah, 2008 (dalam Dwijayanti Sri, 2020) penerapan prinsip *good corporate governance* (GCG) dengan dukungan regulasi yang memadai akan mencegah berbagai bentuk ketidakjujuran dalam financial disclosure yang merugikan para stakeholder, seperti ekspektasi yang jauh melampaui kinerja perusahaan yang sesungguhnya. Dengan adanya konsep konsep *good corporate governance* (GCG), manajemen memiliki pedoman yang lebih baik dalam mewujudkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Berikut ini adalah prinsip-prinsip dasar penerapan *good corporate governance* (GCG) yang dikemukakan oleh *Forum For Corporate Governance In Indonesia* (FCGI, 2001) :

1. *Fairness* (keadilan)
2. *Transparancy* (transparan)
3. *Accountability* (akuntabilitas)
4. *Responsibility* (pertanggungjawaban)
5. *Independency* (independensi)

Kemudian Manfaat *corporate governance* menurut *Forum For Corporate Governance In Indonesia* (FCGI, 2001) :

- a. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta meningkatkan pelayanan kepada *stakeholder*,
- b. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat meningkatkan *corporate value*,

- c. Mengembalikan kepercayaan investor untuk berinvestasi di Indonesia,
- d. Para pemegang saham akan puas dengan kinerja perusahaan karena akan meningkatkan nilai pemegang saham dan dividen.

Para ahli telah mengungkapkan pengertian *good corporate governance* (GCG). Nah, mereka juga memiliki pandangan mengenai tujuan penerapan *good corporate governance* (GCG) di perusahaan. Kami telah menyimpulkan, dan hasil kesimpulannya adalah setidaknya ada lima (5) poin tujuan penerapan GCG di perusahaan, sebagai berikut.

- 1) Memaksimalkan Potensi perusahaan untuk menciptakan *value added* sehingga memiliki kemampuan daya saing yang baik terhadap dunia bisnis;
- 2) Mendorong Perusahaan untuk mengelola bisnis dengan profesional: memanfaatkan sumber daya secara efisien sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai secara efektif;
- 3) Meningkatkan Kesadaran perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan terlibat langsung dalam menjaga lingkungan sekitar.
- 4) Mendorong Perusahaan untuk berkontribusi lebih terhadap perekonomian nasional;
- 5) Meningkatkan Iklim dunia bisnis yang kondusif sehingga berdampak pada peningkatan nilai investasi perusahaan.



### **g) Profitabilitas**

Menurut Agus Sartono (2010) mengatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. kemudian profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada pemegang saham. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk deviden.

Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial perusahaan menurut Kusumadilaga (2010). Konsep profitabilitas dalam teori keuangan sering digunakan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen. Oleh karena itu, jika profitabilitas baik maka berarti perusahaan tersebut telah menjalankan kegiatan operasinya secara efektif dan efisien sehingga tingkat keuntungan yang dicapai optimal. Kemudian pengukuran profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai indikator, antara lain ROA, ROE, EPS, PER, residual income, EVA dan masih banyak lagi lainnya. Berikut ini adalah tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak eksternal perusahaan yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.

2. Menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

#### **h) *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Menurut Untung, 2009 (dalam Rosdwianti dan Zahroh, 2016) *corporate social responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan langsung tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, social dan lingkungan.

Sejalan dengan itu, Budimantra (2008) mengatakan *corporate social responsibility* atau tanggungjawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, utamanya masyarakat disekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan. Untung, 2008 (dalam Rosdwianti dan Zahroh, 2016) mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* bermanfaat untuk perusahaan antara lain :

1. Mempertahankan reputasi dan pandangan masyarakat terhadap perusahaan.
2. Memperoleh standart operasi secara sosial.

3. Memperkecil risiko dari bisnis perusahaan.
4. Membuka jalan guna sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuat pangsa pasar lebih luas.
6. Pengurangan biaya akibat pembuangan limbah.
7. Membuat hubungan perusahaan dengan *stakeholder* jauh lebih baik.
8. Membuat hubungan perusahaan dengan regulator jauh lebih baik.
9. Menumbuhkan jiwa agar karyawan lebih produktif dan semangat.
10. Kesempatan untuk menbisakan reward.

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian strategi bisnis yang tak terhindarkan. Menurut Utomo, 2000 (dalam Yuliana Rita, 2010) praktik dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) di Indonesia mulai berkembang seiring dengan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap perusahaan multinational yang beroperasi di Indonesia. Secara simultan perusahaan akan menjalankan tiga jenis tanggung jawab yang berbeda kepada pemangku kepentingan secara seimbang. Ketiga jenis tanggung jawab tersebut mencakup:

- a. *Economic respinsibility*, perusahaan dibentuk dengan tujuan untuk menghasilkan laba secara optimal.
- b. *Legal responsibility*, walaupun tujuan perusahaan menghasilkan laba, akantetapi dalam melaksanakan operasinya perusahaan harus mematuhi berbagai peraturan perundangan yang berlaku.

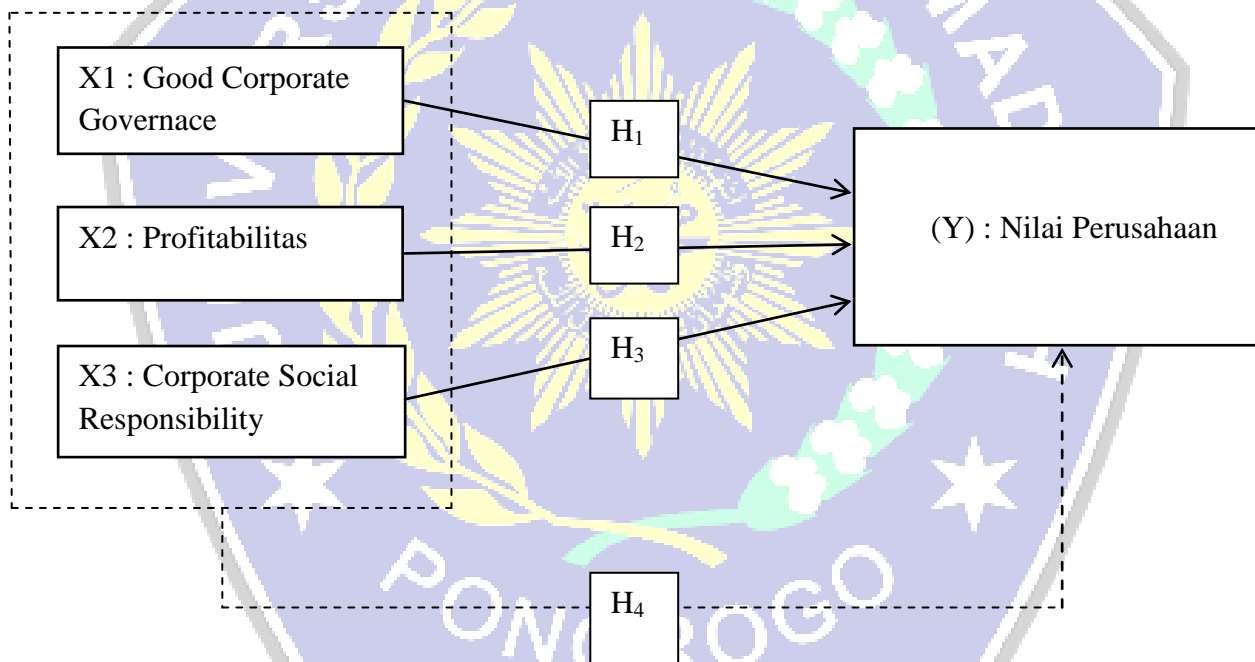
- c. *Social responsibility* pelaksanaan tanggungjawab sosial merupakan suatu komitmen untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melaluisumber daya yang dimiliki perusahaan.

Konsep *corporate social responsibility* (CSR) melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas masyarakat setempat. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama sosial antar stakeholders. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan didalam laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*). Sustainability reporting adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan. Menurut Mardiatina Ningsih (2012) terbiasa alasan-alasan yang mendukung konsep tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

- a. Keterlibatan sosial adalah sebuah tanggapan dari apa yang diharapkan masyarakat dari peran perusahaan.
- b. Keterlibatan sosial kemungkinan bisa berpengaruh dalam memperbaiki lingkungan dan masyarakat yang bisa memungkinkan penurunan biaya produksi.
- c. Meningkatkan nama baik perusahaan, yang akan menambah
- d. Memberi bantuan untuk kepentingan nasional dan juga lingkungan seperti peningkatan pendidikan rakyat, konservasi alam, lapangan kerja, dan pemeliharaan barang.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah *good corporate governace* (X1), *Profitabilitas* (X2), *corporate social responsibility* (X3) sebagai variabel bebas dan nilai perusahaan (Y) sebagai variabel terikat. berikut ini adalah adalah gambaran kerangka berfikir dalam penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

Keterangan : —————> = Pengaruh Parsial

-----> = Pengaruh Serempak

## 2.4 Hipotesis

### a. Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama terciptanya *good corporate governance* (GCG) adalah untuk menciptakan sistem pengendalian dan keseimbangan dalam mencegah penyalahgunaan wewenang dan sumber daya perusahaan untuk mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan. *Good corporate governance* (GCG) mempengaruhi tata kelola dan mengawasi hubungan antara para pemangku kepentingan yang terlibat serta tujuan pengelolaan perusahaan yang ingin dicapai. Struktur *good corporate governance* (GCG) menetapkan distribusi hak dan kewajiban diantara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu korporasi seperti dewan direksi, para manajer, para pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya.

Menurut Kusumaningrum (2016), *Good corporate governance* (GCG) menjamin adanya perlakuan keadilan dan kesetaraan didalam memenuhi hak-hak para pemangku kepentingan yang terlibat yang timbul berdasarkan perjanjian serta tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kemudian GCG mewajibkan adanya keterbukaan informasi yang akurat dan tepat mengenai semua hal yang penting tentang kinerja perusahaan sehingga sistem pertanggungjawaban dan pengelolaan perusahaan terlaksana dengan efektif. Lalu perusahaan memastikan kesesuaian dalam pengelolaan perusahaan terhadap korporasi, dalam hal ini perusahaan memiliki tanggungjawab moral dan sosial terhadap masyarakat dan stakeholders dan menghindari penyalahgunaan wewenang dan

menjunjung etika dalam berbisnis. Sehingga dengan kebijakan dan tata kelola yang baik akan meyakinkan para pemilik modal untuk berinvestasi, otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan. Penerapan *good corporate governance* (GCG) yang efektif diyakini mampu meningkatkan kinerja perusahaan dengan kata lain dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Hasil penelitian Retno Kusuma Dewi, Bambang W (2012) dan hasil penelitian dari Katiya Nahda, D Agus Harjito (2011) sama-sama menyimpulkan bahwa *good corporate governance* (GCG) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan. Namun berbanding terbalik hasil penelitian dari Riana Anugrah Fitri, Elianda Herwinyanti dan Cinditya Mariana S, Lilies Ardiani (2016) sama-sama menyimpulkan bahwa *good corporate governance* (GCG) berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Hal ini menyatakan masih terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan peneliti-peneliti terdahulu. Hasil penelitian terdahulu akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan.

Dari uraian yang telah disampaikan diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut ini :

$H_{01}$ : *Good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

$H_{a1}$ : *Good corporate governance* berpengaruh positive terhadap nilai perusahaan.



## b. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Sartono (2010), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan dan total aktiva maupun modal itu sendiri. Sedangkan menurut Wiagustinin (2010), profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Dalam sebuah perusahaan, jika profitabilitas baik maka perusahaan tersebut telah berhasil menjalankan kegiatan operasinya secara efektif dan efisien, sehingga keuntungan yang dicapai pun optimal.

Semakin baik pertumbuhan profitabilitas berarti prospek perusahaan dimasa yang akan datang dinilai semakin baik dimata para investor. Menurut Husnan, 2001 (dalam Yanti dan Darmayanti 2019) apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat maka harga saham meningkat. Harga saham meningkat akan mencerminkan nilai perusahaan yang baik.

Penelitian yang sebelumnya yang mendukung *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah penelitian dari Suwardika Agus, Mustanda Ketut (2018) dan Hermuningsih (2013).

Dari uraian yang telah disampaikan diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut ini :

$H_{02}$ : *Profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

$H_{a2}$ : *Profitabilitas* berpengaruh positive terhadap nilai perusahaan.

### c. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan yang mulai menyadari pentingnya penerapan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian strategi bisnis untuk meningkatkan citra perusahaan. Konsep *corporate social responsibility* (CSR) sendiri melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas lingkungan setempat. Tujuan dilaksanakannya *corporate social responsibility* (CSR) sebagai rasa tanggung jawab sosial perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan pihak terkait, utamanya masyarakat dan lingkungan setempat dimana perusahaan tersebut berada. Menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) secara tidak langsung membuat citra perusahaan akan semakin baik sehingga menyebabkan loyalitas konsumen pun tinggi. Dengan meningkatnya loyalitas konsumen akan meningkatkan profitabilitas perusahaan, sehingga nilai perusahaan pun meningkat. Namun begitu dalam pelaksanaan *corporate social responsibility*, perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya sehingga menjadi beban pendanaan bagi perusahaan.

Menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian dan rasa tanggung jawab perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk mencapai keunggulan dalam persaingan kompetitif. Menurut Wulandari dan wirakusuma (2016) mengatakan beberapa alasan mengenai dampak positif dari penerapan *corporate social responsibility* (CSR) antara lain, CSR dapat membangun positioning merk,

mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, serta meningkatkan daya tarik perusahaan dimata investor. Penerapan serta pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) akan memberikan sinyal berupa kabar baik bagi publik oleh manajemen bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang dan memastikan terciptanya sustainability development Behringer dan Krisztina, 2016 (dalam Dwijayanti Sri, 2020 ). Manfaat yang dirasakan perusahaan adalah terdongkraknya reputasi dan citra perusahaan sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan dari banyak pihak, utamanya para penanam modal apalagi keputusan investasi merupakan faktor penting dalam penentu nilai perusahaan. Sebagai bentuk tujuan jangka panjang, perusahaan akan berusaha mengoptimalkan nilai perusahaan dengan mengabil keputusan serta kebijakan yang dapat meningkatkan harga saham dan memaksimalkan kekayaan perusahaan dan pemegang saham.

Beberapa penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan telah dilakukan namun masih terdapat hasil penelitian yang beragam dan hasil penelitian yang berbeda-beda. Menurut Retno Kusuma D, Bambang W (2012) dan Katya Nanda, D Agus H (2011) menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positive terhadap nilai perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian dari Ayu Nikita Vira, Made Gede W (2019) dan Mahesha E.D (2019) menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian yang telah disampaikan diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut ini :

$H_{03}$ : *Good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

$H_{a3}$ : *Good corporate governance* berpengaruh positive terhadap nilai perusahaan.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar pada bursa efek indonesia (BEI) pada tahun 2016 sampai tahun 2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif, data yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan, laporan keuangan tahunan perusahaan tersebut digunakan untuk mengetahui kinerja *nilai perusahaan* ditinjau dari pelaksanaan *good corporate Gevernance*, *profitabilitas*, dan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan oleh perusahaan manufaktur. Peneliti memilih obyek penelitian perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi dikarenakan barang konsumsi adalah kebutuhan yang paling dekat dan vital dalam kehidupan sehari-hari.

#### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **a) Populasi**

Menurut Sugiyono (2011) mengatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subyek yang mempunyai kualitas maupun karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulannya. Populasi yang digunakan dipenelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.

Tabel 3.1 Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Komsumsi

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	ADES	PT Akasha Wira Internasional Tbk
2	AISA	PT Tiga Pilarn Sejahtera Food Tbk
3	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk
4	BTEK	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk
5	BUDI	PT Budi Starch & Sweetener Tbk
6	CAMP	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
7	CEKA	PT Welmar Cahaya Indonesia Tbk
8	CLEO	PT Sariguna Prima Tirta
9	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
10	HOKI	PT Buyung Poetra Sembada Tbk
11	ICBP	PT Indofood Cbp Sukses Makmur tbk
12	IIKP	PT Inti Agri Resources Tbk
13	INDF	PT Indofood Sukses Makmur tbk
14	MGNA	PT Magna Finance Tbk
15	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
16	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
17	PANI	PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
18	PCAR	PT Prima Cakrawala Abadi Tbk
19	PSDN	PT Prasidha Aneka Niaga Tbk
20	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
21	SKMB	PT Sekar Bumi Tbk
22	SKLT	PT Sekar Laut Tbk
23	STTP	PT Siantar Top Tbk
24	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk

Sumber : Data IDX 2021

#### b) Sampel

Menurut Sugiyono (2011) Sampel merupakan suatu bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria pengambilan sampel yang telah ditetapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.2 Kriteria Penentuan Sampel**

No	Kode Saham	Kriteria Pertama :Perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020	Kriteria kedua :Perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan ( <i>annual report</i> ) secara konsisten dan lengkap pada tahun 2016-2020
1	ADES	✓	X
2	AISA	✓	X
3	ALTO	✓	X
4	BTEK	✓	X
5	BUDI	✓	X
6	CAMP	✓	X
7	CEKA	✓	X
8	CLEO	✓	X
9	DLTA	✓	✓
10	HOKI	✓	X
11	ICBP	✓	✓
12	IIKP	✓	X
13	INDF	✓	✓
14	MGNA	✓	X
15	MLBI	✓	✓
16	MYOR	✓	✓
17	PANI	✓	X
18	PCAR	✓	X
19	PSDN	✓	X
20	ROTI	✓	✓
21	SKBM	✓	✓
22	SKLT	✓	X
23	STTP	✓	✓
24	ULTJ	✓	✓

Sumber : Data Sahamok 2021



**Tabel 3.3 Penentuan Sampel**

No	Kriteria	Akumulasi
1.	Perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020.	24
2	Perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan ( <i>annual report</i> ) secara konsisten dan lengkap pada tahun 2016-2020.	(15)
Total Sampel		9

Sumber : Data Diolah 2021

**Tabel 3.4 Perusahaan Sebagai Sampel**

NO	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
2.	ICBP	PT Indofood Cbp Sukses Makmur tbk
3.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur tbk
4.	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
5.	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
6.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
7.	STTP	PT Siantar Top Tbk
8.	SKBM	PT Sekar Bumi Tbk
9.	ULTJ	PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk

Sumber : Data IDX 2021

### 3.3 Metode Pengambilan Data

#### a. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh tidak secara langsung, melainkan melalui pihak kedua atau ketiga dan merupakan data yang diterbitkan Siregar (2013). Data sekunder diperoleh secara tidak langsung, dalam penelitian ini data diperoleh dari Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020. Data yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan

yang terdiri laporan laba dan rugi, laporan perubahan modal, laporan neraca, laporan ekuitas, laporan arus kas, catatan laporan keuangan.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data yang dipublikasi secara umum berupa laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2020 yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### b. Metode Pengumpulan Data

#### Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan sumber-sumber data dokumenter seperti *annual report* yang menjadi sampel penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diperoleh dari [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com), sementara data *annual report* perusahaan diperoleh dari media internet dengan cara mengunduh melalui situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013) menyatakan variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

#### a. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2011) menyatakan variabel Independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent, dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau penyebab perubahan atau kejadian variabel dependen (terikat). Penelitian ini terdapat tiga variable bebas atau sering disebut juga variable independen yaitu *good corporate Gevernance*, *profitabilitas*, dan *corporate social responsibility*.

##### 1. Good Corporate Governance (X1)

Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012) mengatakan *Good Corporate Governance* merupakan suatu susunan aturan yang menentukan hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditor, pemerintah karyawan dan stakeholder internal dan eksternal lainnya sesuai dengan hak dan tanggung jawabnya dan juga sebagaivariabel independen dalam penelitian ini. Kriteria Penskoran dan bobot masing-masing yakni (*Presence of board of commisioner: weight 45%, Audit Commite: Weight 20%, Management: Weight 20%, Shareholder: Weight 15%*).

##### 1. Board of Commisionaire / Dewan Komisaris (45%)

Dewan komisaris dalam suatu perusahaan lebih ditekankan pada fungsi monitoring dari implementasi

kebijakan direksi. Peran komisaris ini diharapkan akan meminimalisir permasalahan agensi yang timbul antara dewan direksi dengan pemegang saham.

### ***Size of Commissioner (Jumlah Dewan Komisaris)***

Ukuran dewan komisaris dapat dilihat dari jumlah komisaris di perusahaan sampel. Dewan komisaris dapat terdiri dari komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi yang dikenal sebagai komisaris independen dan komisaris afiliasi.

Tabel 3.5

Ukuran Dewan Komisaris

Range	Score
0-3	2
4-6	4
6-8	6
9-11	8
>11	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

### ***Commissioner Independent (Komisaris independent)***

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan. Proporsi dewan komisaris independen diukur dengan

menggunakan indikator persentase anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan terhadap jumlah seluruh anggota dewan komisaris perusahaan

Tabel 3.6

## Ukuran Komisaris Independen

Range	Score
0%-20%	2
21%-40%	4
41%-60%	6
61%-80%	8
81% and above	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

***Ownership Commisioner (Kepemilikan Komisaris)***

Kepemilikan komisaris diukur dengan presentase kepemilikan saham dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Tabel 3.7

## Ukuran Kepemilikan Komisaris

Range	Score
0%-20%	2
21%-40%	4
41%-60%	6
61%-80%	8
81% and above	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

### **Audit (*big four* atau *non big four*)**

De Angelo, 1981 (dalam Pujiati L, 2012) menyatakan bahwa kualitas audit yang dilakukan oleh akuntan publik dapat dilihat dari ukuran KAP yang melakukan audit. KAP besar (*big four*) dipersepsikan akan melakukan audit dengan lebih berkualitas dibandingkan dengan KAP kecil (*Non Big Four*). Hal tersebut karena KAP besar memiliki lebih banyak sumber daya dan lebih banyak klien sehingga mereka tidak tergantung.

Tabel 3.8

Ukuran Audit *big four* dan *non big four*

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

### **2. *Audit committee* / komite audit (20%)**

Komite audit bertanggung jawab untuk mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, dan mengamati sistem pengendalian internal (termasuk audit internal) dapat mengurangi sifat *opportunistic* manajemen.

### ***Size of Audit Committee* (jumlah komite audit)**

Ukuran komite audit yaitu jumlah total anggota komite audit baik yang berasal dari internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan.

Tabel 3.9  
Ukuran Komite Audit

Range	Score
0-3	2
4-6	4
6-8	6
9-11	8
>11	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

### ***Independent Audit Commite* (Komite Audit Independen)**

Jumlah komite audit independent yaitu presentase jumlah anggota komite audit indepeden terhadap jumlah total komite audit yang ada dalam susunan komite audit perusahaan sampel.

Tabel 3.10

### Ukuran Komite Audit Independen

Range	Score
0%-20%	2
21%-40%	4
41%-60%	6
61%-80%	8
81% and above	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

### ***Finexpert***

Adanya seorang ahli dalam bidang keuangan (*financial expert*) yang bertindak sebagai konsultan.



Tabel 3.11

Ukuran *Finexpert (finaacial expert)*

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

### 3. Management (20%)

Manajemen atau direksi sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolegal dalam mengelola perusahaan. Jumlah anggota direksi disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektifitas dalam pengambilan keputusan.

#### *Size of Dorectors (Jumlah dewan direksi)*

Ukuran dewan direksi adalah jumlah keseluruhan anggota dewan direksi.

Tabel 3.12

Ukuran *Management*

Range	Score
0-3	2
4-6	4
6-8	6
9-11	8
>11	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

### ***Managerial Ownership (Kepemilikan Manajerial)***

Kepemilikan manajerial diukur dengan presentase kepemilikan saham dewan direksi dan dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Tabel 3.13

Ukuran Kepemilikan Manajerial

Range	Score
0%-20%	2
21%-40%	4
41%-60%	6
61%-80%	8
81% and above	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

### ***Family Relations (ada tidaknya hubungan keluarga)***

Tabel 3.14

Ukuran *Family (Family Relations)*

Range	Score
Ya	0
Tidak	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

#### ***4. Share Holder (Pemegang Saham) (15%)***

Diukur melalui INST\_OWN/presentase kepemilikan institusi lain. Kepemilikan institusional dapat dilihat berdasarkan presentase kepemilikan saham oleh perbankan,

perusahaan asuransi, dana pensiun, reksadana dan institusi lain dibagi total jumlah saham beredar.

Tabel 3.15

Ukuran *Shareholder*

Range	Score
0%-20%	2
21%-40%	4
41%-60%	6
61%-80%	8
81% and above	10

Sumber : Wahidahwati, 2010 (dalam Pujiati L, 2012)

Penghitungan score GCG masing-masing sampel adalah

**(score yang diperoleh : score tertinggi) x % bobot**

**Total poin = jumlah dari masing-masing poin**

## 2. Profitabilitas (X2)

Menurut Hermuningsih (2013), Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan signifikan. Rasio profitabilitas menghitung kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah *proxy Return on Equity* (ROE) untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Rasio *Return on Equity* (ROE) adalah rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa, yang mengukur tingkat pengembalian atas investasi dari

pemegang saham biasa. Rumus ROE dapat dihitung sebagai berikut.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Ekuitas Saham Biasa}}$$

Sumber: Hermuningsih S (2019)

### 3. Corporate Social Responsibility (X3)

Menurut Retno dan Wahidahwati (2017), *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk pertanggung jawaban sosial dan lingkungan masyarakat yang diakibatkan oleh aktivitas sebuah perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). CSR dinilai dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah yang diisyaratkan dalam GRI-G4 yang meliputi 91 item. Penilaian pengungkapannya menggunakan variabel *dummy* yaitu setiap item CSR menggunakan daftar pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan memberi skor “0” untuk setiap item yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan dan memberi skor “1” untuk setiap item yang diungkapkan Sembiring, 2006 (dalam Retno dan Wahidahwati, 2017).

$$\text{CSRI}_j = \frac{n}{K}$$

Keterangan :

CSRI<sub>j</sub> : pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

N : jumlah skor pengungkapan yang diperoleh untuk perusahaan

k : jumlah skor maksimal (91)

#### b. Variable Dependen (Y)

Variable dependen atau yang sering disebut dengan variable terikat merupakan variable yang memberikan reaksi atau respon jika dipengaruhi dengan variable bebas, biasanya dinotasikan dengan huruf alfabet Y (Sugiyono, 2011). Variable terikat dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan keadaan yang menggambarkan suatu perusahaan, nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rasio *price book value* (PBV) yang merupakan rasio pasar untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya (Hermuningsih S) (2019) . Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai rasio PBV semakin tinggi penilaian investor dibandingkan dengan dana yang ditanamkan dalam perusahaan tersebut, sehingga semakin besar pula peluang para investor untuk membeli saham perusahaan. Rumus PBV adalah:

$$PBV = \frac{\text{Reguler Closing Price}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Sumber: Hermuningsih S (2019)

### 3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif dengan menggunakan program SPSS sebagai alat untuk menguji data tersebut.

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel yang mengganggu atau residual memiliki distribusi normal Ghozali, (2016). Cara untuk mengetahui apakah residual terdistribusi normal atau tidak adalah dengan analisis grafik normal *probability plot*. Dalam analisis grafik normal *probability plot* asumsi normalitas data terpenuhi jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut normal.

##### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model persamaan regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu dalam periode  $t-1$  (sebelumnya) Ghozali, (2016). Suatu regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi autokorelasi didalamnya. Untuk

menguji apakah autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test), yaitu:

1. Nilai DW yang kecil atau dibawah negative 2 berarti ada korelasi positif,
2. Nilai DW antara negative 2 sampai 2 berarti tidak terdapat autokorelasi,
3. Nilai DW yang besar atau diatas 2 berarti ada korelasi negative.

#### **c. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas (independen) Ghozali, (2016). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai toleransi lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolonieritas antara variabel dalam model regresi atau dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejala multikolonieritas

#### **d. Uji Heteroskedasitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari observasi ke pengamatan lain Ghozali, (2016). Model regresi yang baik adalah homoskedastis. Uji heteroskedastisitas dalam

penelitian ini menggunakan metode Glejser dilakukan dengan meregresikan semua variable bebas terhadap nilai mutlak residunya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residunya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independent *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel dependen nilai perusahaan. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_n \cdot X_n + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Variabel

X1 = Good Corporate Governance

X2 = Profitabilitas

X3 = Corporate Social Responsibility

e = Standar error



### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Statistik t

Menurut Slamet Santoso (2011), uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam uji t dengan nilai  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 dan berikut adalah kriteria uji t yaitu sebagai berikut :

1. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima, yang artinya secara parsial variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak, yang artinya secara parsial variabel independen tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel independen.



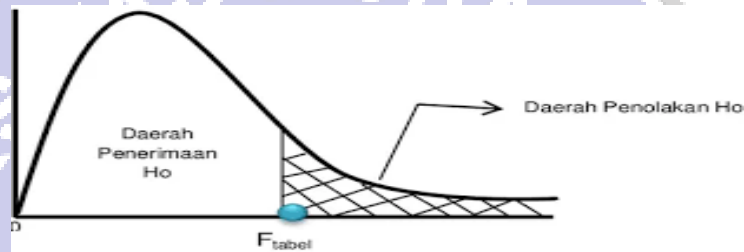
Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan penolakan  $H_0$

Sumber: Slamet santoso (2011)

#### b. Uji F (Serempak)

Menurut Slamet Santoso (2011), uji f digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah kriteria sebagai berikut :

1. Taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ .
2.  $H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel independen secara silmutan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dependen.
3.  $H_a$  akan diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel independen secara serempak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dependen.



Gambar 3.2 Daerah penerimaan dan penolakan  $H_0$

Sumber: Slamet Santoso (2011)

### c. Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Slamet Santoso (2011), Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menentukan seberapa variasi variabel dependen (Y). Untuk mendapatkan nilai  $R^2$  digunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \cdot \sum x_2 y + b_3 \cdot \sum x_3 y}{\sum Y^2}$$

Dimana

$$0 \leq R^2 \leq 1$$