

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Menurut Hadi (2011) *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi dan bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Oleh karena itu, *Stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan, karyawan perusahaan, dan sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Hadi, 2011).

Batasan *Stakeholder* tersebut diatas mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *Stakeholder*, karena mereka merupakan pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *Stakeholder* maka akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *Stakeholder*. Oleh karena itu, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial, perusahaan perlu menjaga legitimasi *Stakeholder* serta mendukungnya dalam kerangka kebijakan

dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan (Hadi, 2011).

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Pentingnya pembagian tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat agar keseimbangan eksploitasi disebut *Corporate Social Responsibility*. CSR merupakan pertanggungjawaban dari perusahaan untuk berkelakuan etis dan berpartisipasi terhadap pembentukan ekonomi yang berkelanjutan dengan menaikkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas (sari dkk, 2013). CSR adalah tindakan sukarela perusahaan untuk memperbaiki kondisi masyarakat dan lingkungan (Mackey, Barney, 2007).

Dengan melaksanakan CSR, maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Bersamaan dengan meningkatnya loyalitas konsumen, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, 2005). Dengan demikian, CSR berperan sangat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial dilingkungan sekitar (Wardoyo, 2013).

Hadi (2011) mengungkapkan bahwa saat ini tanggung jawab perusahaan tidak hanya berdasarkan pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan yang hanya direfleksikan dalam aspek keuangan, tetapi juga berpijak pada *triple bottom line* atau 3P yaitu: aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*).

Ekonomi (*Profit*) adalah satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai suatu perusahaan, bahkan dijadikan pijakan operasional perusahaan, serta *profit* merupakan orientasi utama dalam perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik (*stakeholder*), peningkatan kontribusi bagi masyarakat lewat pembayaran pajak, melakukan pengembangan usaha dan kapasitas produksi membutuhkan sumber dana untuk menciptakan keuntungan (*profit*) perusahaan.

Sosial (*people*) adalah lingkungan masyarakat dimana perusahaan itu berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Oleh karena itu, lingkungan masyarakat memiliki hubungan yang kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin suatu perusahaan mampu bertahan menjalankan program perusahaan tanpa didukung masyarakat sekitar. Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk memiliki kemauan dan kemampuan perusahaan mendekatkan diri dengan masyarakat lewat strategi CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Lingkungan (*planet*) adalah lingkungan fisik atau sumber daya fisik yang memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat

lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan menompang. Satu konsep yang terpenting yaitu hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat.

2.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan

Menurut Crowther David (Hadi, 2011), manfaat dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan, yaitu :

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima oleh perusahaan.
2. CSR dapat berperan sebagai pelindung serta membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga, jika bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan tersebut. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas.
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*.

Dengan menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR), diharapkan perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, tetapi juga memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan dalam jangka panjang.

2.2.3 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Crowther David (Hadi, 2011) membahas prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi 3 (tiga) hal, yaitu:

- a. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas yang tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. *Sustainability* keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
- b. *Accountability*, yaitu upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjelaskan tentang dampak kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal maupun eksternal. Responsilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.
- c. *Transparency*, yaitu pedoman penting bagi pihak eksternal. Transparansi berkaitan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi yaitu suatu hal yang penting bagi pihak eksternal karena memiliki peran penting dalam mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi

dan pertanggungjawaban berbagai akibat yang muncul dari lingkungan.

2.2.4 Standar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Riswari dan Cahyonowati (2012) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut *Corporate Social Responsibility* merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholder*. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia yaitu merujuk standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *Sustainability Reporting*, yaitu praktik pelaporan dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pihak *stakeholder* mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan.

Menurut Riswari dan Cahyonowati (2012) *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia. *Global Reporting Initiative* (GRI) banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan selalu berusaha untuk meningkatkan komitmen dalam hal perbaikan dan penerapannya yang dapat dilakukan di seluruh dunia. Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI dalam penelitian ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performanceindicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

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

2.3 Good Corporate Governance (GCG)

2.3.1 Pengertian Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) muncul karena adanya pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, ataupun disebut dengan istilah keagenan. Permasalahan keagenan dalam hubungannya antara pemilik modal dengan manajer yaitu bagaimana sulitnya pemilik memastikan bahwa dana yang ditanamkan tidak diinvestasikan pada proyek yang tidak menguntungkan sehingga tidak

mendatangkan *return*. GCG diperlukan guna mengurangi permasalahan keagenan antara pemilik dan manajer (Sutrisno dan Ardana, 2009).

Good Corporate Governance (GCG) menurut FCGI (*Forum For Corporate Governance in Indonesian*) yaitu aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham (*stakeholder*) pengelola perusahaan, pemerintah, kreditur, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka (FCGI, 2001). Adanya dasar GCG manajemen mempunyai pedoman yang baik dalam mewujudkan efisiensi dan efektifitas perusahaan. Perusahaan yang telah mempraktikkan GCG akan lebih dipercaya investor dan kreditor sehingga sahamnya lebih likuid dan harga saham terus meningkat (Wahyono, 2012).

2.3.2 Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG)

Menurut FCGI (2001) secara umum terdapat 5(lima) prinsip dasar GCG, yaitu:

1. **Transparansi** (*transparancy*) adalah keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan mengemukakan informasi yang penting mengenai perusahaan. Artinya kewajiban bagi pengelola guna menerapkan prinsip keterbukaan dalam proses keputusan dan penyampaian informasi juga mengandung arti bahwa informasi yang disampaikan harus lengkap, benar dan tepat waktu kepada pemangku kepentingan serta tidak boleh ada hal-hal yang dirahasiakan, disembunyikan, ditutup-tutupi dalam pengungkapannya.

2. Akuntabilitas (*accountability*) adalah prinsip dimana para pengelola mempunyai kewajiban untuk membina sistem akuntansi yang efisien untuk menghasilkan *financial statements* (laporan keuangan) yang dapat dipercaya. Oleh karena itu, diperlukan kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban setiap organisasi sehingga pengelolaan berjalan secara efisien.

3. Pertanggungjawaban (*responsibility*) adalah kesesuaian pengelolaan dengan prinsip korporasi yang sehat serta kebijakan perundangan yang berlaku. Tanggung jawab ini mempunyai 5 dimensi, yaitu dimensi ekonomi, dimensi hukum, dimensi moral, dimensi sosial, serta dimensi spiritual yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Dimensi Ekonomi

artinya tanggung jawab dalam pengelolaannya diwujudkan dalam bentuk kontribusi keuntungan ekonomis bagi para pemangku kepentingan.

b. Dimensi Hukum

artinya tanggung jawab dalam pengelolaannya diwujudkan dalam bentuk ketaatan dalam hukum dan kebijakan yang berlaku, dan bagaimana tindakan manajemen tersebut telah sesuai atau tidak dengan hukum dan kebijakan yang berlaku.

c. Dimensi Moral

artinya bagaimana tanggung jawab tindakan manajemen tersebut telah dirasakan keadilannya kepada semua pemangku kepentingan.

d. Dimensi Sosial

artinya bagaimana manajemen telah menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wujud kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian alam di lingkungan perusahaan.

e. Dimensi Spiritual

artinya bagaimana tindakan manajemen telah mampu dalam melaksanakan *akutualisasi* diri atau telah dirasakan seperti bagian dari ibadah sesuai dengan ajaran agama yang telah diyakini oleh masing-masing individu.

4. Kemandirian (*indenpendency*) adalah pengorganisasian yang dilakukan secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh atau tekanan. Artinya suatu kejadian dimana para pengelola dalam mengambil keputusan bersifat profesional, mandiri, bebas, dari konflik kepentingan serta bebas dari tekanan atau pengaruh dari yang bertentangan dengan perundangan yang berlaku dari prinsip pengelolaan yang sehat.

5. Kesetaraan dan kewajaran (*fairness*) adalah perlakuan yang adil dan setara dalam memenuhi hak-hak *stakeholders*. Artinya agar para

pengelola memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil, baik pemangku kepentingan primer (pemasok, pelanggan, karyawan, pemodal) serta pemangku kepentingan sekunder (pemerintah, masyarakat). Oleh karena itu, memunculkan konsep *stakeholders* (semua pemangku kepentingan), bukan hanya kepentingan *stakeholders* (Wahyono, 2012).

2.3.3 Manfaat *Good Corporate Governance* (GCG)

Menurut FCGI (*Forum For Corporate Governance in Indonesia*) manfaat *Good Corporate Governance* (GCG), yaitu:

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada stakeholders.
2. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat meningkatkan *corporate value*.
3. Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia.
4. Melindungi hak dan kepentingan pemegang saham.
5. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja dewan pengurus atau manajemen puncak dan manajemen perusahaan, sekaligus meningkatkan mutu hubungan manajemen puncak dengan manajemen senior perusahaan

2.3.4 Parameter perhitungan *Good Corporate Governance* (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) merupakan tata kelola perusahaan yang baik guna sebagai suatu sistem yang digunakan untuk mengatur *hubungan* peran Dewan Komisaris, peran Direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya dapat diukur dengan kepemilikan Manajerial (Riswari dan Cahyonowati, 2012).Kepemilikan manajerial dapat dihitung dengan rumus:

1. Kepemilikan Manajerial yang diukur dengan kepemilikan saham oleh Direktur dan Komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.
Kepemilikan saham oleh Direktur dan Komisaris yaitu: Saham yang dimiliki oleh Direktur dan Komisaris perusahaan dalam satuan lembar pada periode tertentu.
Jumlah saham yang beredar yaitu: saham yang saat ini dipegang oleh investor dalam satuan lembar, termasuk saham yang dimiliki oleh eksekutif perusahaan dan masyarakat investor umum (Lastanti,2004).
2. Kepemilikan institusional yang diukur dengan presentase kepemilikan saham institusi kemudian dibagi dengan total jumlah saham yang beredar (Lastanti, 2004).
3. Proporsi dewan komisaris independen yang dihitung dengan membagi jumlah dewan komisaris independen dengan total anggota dewan komisaris (Lastanti, 2004).
4. Komite audit yang diukur dengan cara menghitung variabel *dummy*, dimana 1 untuk perusahaan yang memiliki komite audit dan 0 untuk

perusahaan yang tidak memiliki komite audit (Siallagan dan Machfoedz, 2006).

5. Ukuran dewan direksi yang diukur dengan jumlah anggota dewan direksi yang ada didalam perusahaan (Suranta dan machfoedz, 2003).

2.4 Kinerja Keuangan

2.4.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Menurut Gitosudarmo dan Basri (2002) Kinerja keuangan adalah rangkaian aktivitas keuangan pada suatu periode tertentu dilaporkan dalam laporan keuangan yang terdiri dari laba rugi dan neraca. Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya.

Menurut Sucipto (2003) kinerja keuangan yaitu penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Sedangkan menurut Pertiwi dan Pratama (2012) Kinerja keuangan yaitu salah satu faktor yang menunjukkan efektivitas dan efisiensi suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya. Efektivitas apabila manajemen memiliki kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau suatu alat yang tepat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Efisiensi diartikan sebagai perbandingan antara masukan dan keluaran yang optimal.

Pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan, karena untuk memberikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan penting mengenai *asset* yang digunakan. Pengukuran kinerja keuangan dilakukan untuk mengetahui apakah hasil yang dicapai telah sesuai dengan perencanaan sebelumnya. Dengan meningkatkan kinerja keuangan berarti perusahaan dapat mencapai tujuan dari berdirinya perusahaan tersebut (Wati, 2012).

Oleh karena itu, pengukuran kinerja keuangan dapat disimpulkan sebagai suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi segala usaha dan hasil yang telah ada yang dilakukan terhadap berbagai aktivitas dalam perusahaan. Serta tujuan pengukuran kinerja keuangan digunakan untuk menggambar suatu kondisi keuangan perusahaan pada periode tertentu, pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara berkala. Kinerja keuangan tersebut akan dijadikan alat para investor untuk melihat laba yang akan didapatkan parainvestor dimasa yang akan datang (Wati, 2012).

2.4.2 Tujuan Penetapan Kinerja Keuangan

Chusnul dan Lailatu (2014) menyimpulkan bahwa penilaian kinerja yaitu tindakan pengukuran yang dilakukan terhadap berbagai aktivitas dalam rentan nilai yang ada dalam perusahaan. Tujuan pokok dari penilaian kinerja keuangan adalah untuk memotivasi karyawan dalam mencapai tujuan atau sasaran organisasi dan dalam mematuhi perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya yang berupa kebijakan atau rencana

formal yang dituangkan dalam anggaran agar membuahkan hasil dan tindakan yang diinginkan.

Pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan, karena dijadikan dasar untuk menyusun sistem timbal balik dalam perusahaan serta memberikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan penting mengenai asset yang digunakan. Pengukuran kinerja keuangan bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan selama periode tertentu dan juga sebagai alat bagi manajemen untuk mengendalikan bisnisnya (Purno, 2013).

Pengukuran kinerja keuangan bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi keuangan perusahaan pada periode tertentu, pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara berkala. Kinerja keuangan tersebut akan dijadikan alat para investor untuk melihat laba yang akan didapatkan para investor dimasa yang akan datang. Maka dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan, karena untuk memberikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan penting mengenai asset yang digunakan (Purno, 2013).

2.4.3 Parameter Perhitungan Kinerja Keuangan

Chusnul dan Lailatu (2014) mengungkapkan bahwa rasio keuangan yaitu perbandingan antara pos satu dengan pos yang lain yang berasal dari laporan yang sama. Dengan menggunakan alat analisa berupa rasio akan dapat menjelaskan atau memberi gambaran kepada penganalisa tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan (Sudana, 2015). Jenis-jenis rasio keuangan adalah sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek (Sudana, 2015).

Besar kecilnya *liquidity ratio* dapat diukur dengan cara sebagai berikut:

- a. *Curent Ratio*, yaitu rasio yang menunjukkan sejauh mana aktiva lancar dapat memenuhi kewajiban-kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dan kewajiban lancar, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban jangka pendeknya. Menurut Sudana (2015), *Curent Ratio* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CurentRatio = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

- b. *QuickRatio*, yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengukur kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva yang *liquid*. Menurut

Sudana (2015), *Quick Ratio* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

2. Ratio Aktiva

Rasio ini digunakan sebagai alat untuk mengukur aktifitas efisiensi perusahaan dalam mengelola aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Sudana, 2015). Besar kecilnya ratio aktiva diukur dengan cara sebagai berikut:

- a. Rasio Perputaran Persediaan (*Inventory Turn Over Ratio*), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pengelolaan perputaran persediaan yang dimiliki terhadap penjualan. Jika semakin tinggi rasio ini, maka semakin baik dan menunjukkan pengelolaan persediaan yang efisien. Menurut Sudana (2015), rumus yang digunakan untuk mengukur rasio perputaran persediaan adalah:

$$\text{Inventory Turn Over Ratio} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{persediaan}} \times 100$$

- b. Rasio Perputaran Aktiva Tetap (*Fixed Assets Turn Over Ratio*), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara aktiva tetap yang dimiliki terhadap penjualan. Dan rasio ini digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar tingkat kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva tetap yang dimiliki secara efisien dalam rangka meningkatkan pendapatan. Menurut Sudana

(2015), rumus yang digunakan untuk mengukur perputaran aktiva tetap adalah:

$$\text{FixedAssetsTurnOverRatio} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100$$

- c. *Total Assets Turn Over*, yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat perputaran total aktiva terhadap penjualan. Menurut Sudana (2015), rumus yang digunakan untuk mengukur *Total Assets Turn Over* adalah:

$$\text{TotalAssetsTurnOver} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100$$

3. Rasio Leverage

Rasio ini digunakan untuk mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan (Sudana, 2015). Rasio leverage dapat diukur dengan menggunakan cara sebagai berikut:

- a. *Ratio Hutang (Debt Ratio)*, yaitu rasio yang menunjukkan besar kecilnya total hutang terhadap keseluruhan total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut Sudana (2015), rumus yang digunakan untuk mengukur rasio hutang adalah:

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}} \times 100$$

- b. *Time Interest Earned (TIE)*, yaitu perbandingan antara laba bersih sebelum bunga dan pajak dengan beban bunga, serta merupakan rasio yang mencerminkan besarnya jaminan keuangan untuk membayar bunga utang jangka panjang. Menurut Sudana (2015),

Time Interest Earned (TIE) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{TIE} = \frac{\text{Laba bersih sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

4. Rasio Profitabilitas

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan (Sudana, 2015). Ada 2 (dua) cara untuk mengukur rasio profitabilitas, yaitu:

a. *Gross Profit Margin* (GPM), yaitu rasio yang menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan. Menurut Sudana (2015), *Gross Profit Margin* (GPM) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

b. *Operasting Profit Margin* (OPM), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. *Operasting Profit Margin* (OPM) mengukur presentase dari profit yang diperoleh perusahaan dari tiap penjualan sebelum dikurangi dengan biaya bunga dan pajak. Oleh karena itu, jika semakin tinggi rasio, maka semakin baik. Menurut Sudana

(2015), *Operasting Profit Margin* (OPM) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$OPM = \frac{\text{Laba usaha}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100$$

c. *Net Profit Margin* (NPM), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak kemudian dibandingkan dengan volume penjualan. Menurut Sudana (2015), *Net Profit Margin* (NPM) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

d. *Return On Equity* (ROE), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham. Menurut Sudana (2015), *Return On Equity* (ROE) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

e. *Return On Assets* (ROA), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu atau rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Sudana (2015), *Return On Assets* (ROA) di hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{total aset}}$$

Dalam penelitian ini menggunakan alat ukur rasio ROA yang termasuk dari salah satu rasio profitabilitas, ROA digunakan dasar dalam pengukuran kinerja keuangan karena ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan operasi dengan total aktiva yang telah ada, keunggulan lain dari pengukuran kinerja keuangan menggunakan ROA adalah ROA sangat dihitung dan dipahami. ROA menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian dari seluruh aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, maka menunjukkan semakin efektif kinerja operasi perusahaan dalam hal memanfaatkan semua aset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba (Aprianingsih, 2016).

2.5 Nilai Perusahaan

2.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Perusahaan sebagai sebuah entitas bisnis memiliki arah dan tujuan melaksanakan kegiatan operasionalnya. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan perusahaan sebagai upaya untuk memberikan kesejahteraan para pemegang saham (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Menurut Nurlela dan Islahuddin (2008) mengatakan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang dapat meningkatkan

kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham terus meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan nilai pasar yang tercermin dari harga saham. Harga saham penting untuk diperhatikan karena tidak pernah tetap, kadang turun, kadang naik (berfluktuasi). Jika harga saham dipasar naik, maka perusahaan akan mencapai nilai maksimal dan kemakmuran pemegang saham juga meningkat sehingga tujuan perusahaan tercapai, dan sebaliknya.

2.5.2 Konsep Nilai Perusahaan

Christiawan dan Tarigan (2007), mengungkapkan bahwa ada beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan, antara lain:

1. Nilai Nominal, merupakan nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, dan disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, serta ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai Pasar atau kurs, merupakan harga yang terbentuk dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai Instrinsik, merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, tetapi nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan keuntungan dikemudian hari.

4. Nilai Buku, merupakan nilai perusahaan yang ditentukan dengan menghitung dasar konsep akuntansi.
5. Nilai Likuidasi, merupakan nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu yaitu bagian pemegang saham. Nilai Likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang telah disiapkan ketika suatu perusahaan akan di likuidasi.

2.5.3 Parameter Perhitungan Nilai Perusahaan

Weston dan Copelan (2004) mengungkapkan bahwa dalam pengukuran nilai perusahaan terdapat rasio penilaian perusahaan yang terdiri dari:

1. *Price Earning Ratio (PER)*

Weston dan Copelan (2004) mengungkapkan bahwa PER yaitu perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER merupakan fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan dimasa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Weston dan Copelan (2004) PER dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga pasar per Lembar Saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

2. Tobin's Q

Barley dan Myers (2011) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan di ukur dengan Tobin's Q yang tinggi biasanya memiliki *brand image* perusahaan yang sangat kuat. Perusahaan sebagai entitas ekonomi tidak hanya menggunakan ekuitas dalam mendanai kegiatan operasionalnya, namun juga dari sumber lain seperti hutang, baik hutang jangka panjang ataupun jangka pendek. Maka, penilaian yang diperlukan perusahaan tidak hanya dari investor saja melainkan juga dari kreditur. Semakin besar pinjaman yang diberikan oleh kreditur, menunjukkan perusahaan memiliki nilai perusahaan yang lebih besar.

Nilai perusahaan yang diprosikan dengan nilai Tobin's Q diberi simbol Q yang dihitung dengan cara membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Menurut Retno dan Priantini (2012), Tobin's Q dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{EMV} + \text{D})}{(\text{EBV} + \text{D})}$$

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan

EMV = (Nilai Pasar Ekuitas) *Closing price* x jumlah saham yang Beredar

D = Nilai buku dari total hutang

EBV = Nilai buku dari total aktiva

Jika Tobin's Q diatas 1 (satu), maka investasi dalam aset menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi. Oleh karena itu, akan merangsang investasi baru. Jika Tobin's Q dibawah 1 (satu), maka investasi dalam aset tidaklah menarik.

3. Price to Book Value (PBV)

Dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan PBV sebagai *proxy* dari nilai perusahaan karena PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku suatu perusahaan. PBV yaitu perbandingan antara harga suatu saham dengan nilai buku. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi rasio PBV menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Nathaniel, 2008).

Weston dan Copelan (2004) mengungkapkan bahwa *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, maka pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan bahwa suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV juga berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (didas) atau *undervalued* (dibawah) nilai

buku saham tersebut. Menurut Weston dan Copelan (2004), PBV dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai per Lembar Saham}}$$

2.6 Peneliti Terdahulu

Penelitian terdahulu terkait dengan topik pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi antara lain :

1. Penelitian Kusumadilaga (2010), tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderating. Sampel pada penelitian tersebut yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006 dan 2008. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel GCG sebagai variable moderating tidak mempengaruhi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan.
2. Penelitian Riswari dan Cahyonowati (2012), tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderating (studi pada publik non finansial di BEI). Hasil penelitian tersebut adalah variabel luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel *Good Corporate Governance* (GCG) tidak

berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Serta interaksi antara CSR dan *Good Corporate Governance* (GCG) tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

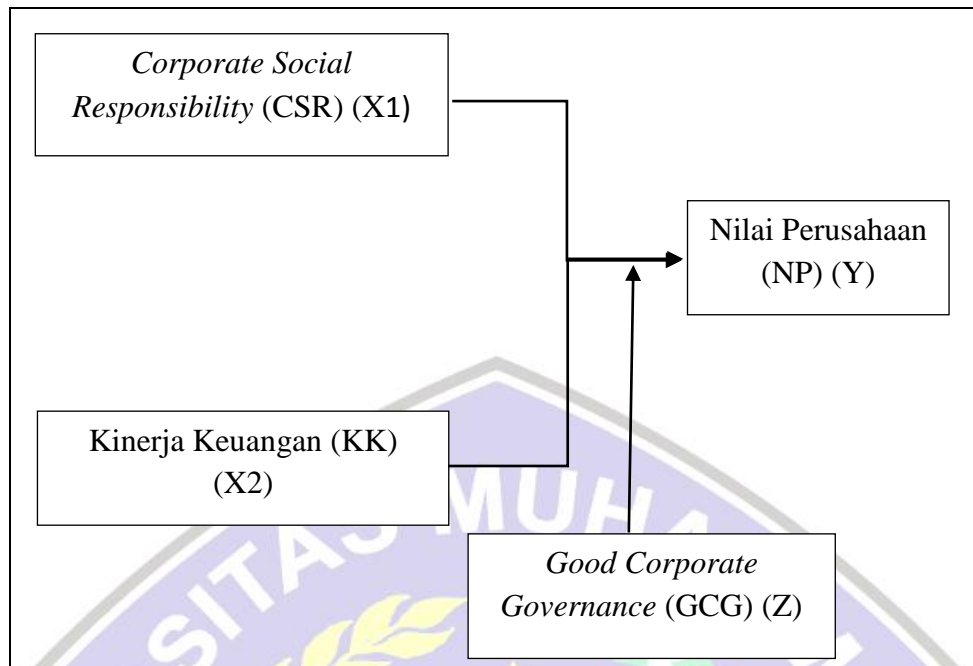
3. Penelitian Ramadhani dan Hadiprajitno (2012), tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur di BEI. Hasil penelitian tersebut adalah variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh sebagai variabel moderating yang memperkuat hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.
4. Penelitian Kartika dan Pratama (2012), tentang pengaruh kinerja keuangan, *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan *food and beverage*. Hasil penelitian tersebut adalah kinerja keuangan yang diukur dengan ROA mampu meningkatkan nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* (GCG) tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia.
5. Penelitian Purwani (2010), tentang pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut adalah penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan dengan alat ukur *eva momentum*.
6. Penelitian Dewi dan Tarnia (2011), tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian tersebut adalah ROA berpengaruh

terhadap nilai *perusahaan*, leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *Good Corporate Governance* (GCG) mempunyai hubungan berpengaruh dengan kinerja keuangan ROA terhadap nilai perusahaan, *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan.

7. Penelitian Carningsih (2009), meneliti tentang pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut adalah ROA terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, proporsi komisaris independen sebagai variabel moderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komisaris independen sebagai variabel moderasi atas hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan variabel tersebut.

2.7 Kerangka Berfikir

Berdasarkan kajian teori yang menjelaskan tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Berfikir

Keterangan :

X1 = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

X2 = Kinerja Keuangan

Z = *Good Corporate Governance* (GCG)

Y = Nilai Perusahaan

2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap penelitian yang akan diuji tingkat kebenarannya (Santoso, 2015). Dalam penelitian ini terdapat tiga hipotesis, antara lain:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan yaitu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat. Penggunaan CSR dalam perusahaan bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya.

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik maka akan direspon positif oleh investor dengan meningkatnya harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang buruk maka akan muncul ketidakpercayaan dari investor sehingga direspon negatif dengan menurunnya harga saham. Penelitian yang dilakukan oleh Riswari dan Cahyonowati (2012) mengungkapkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rosiana dan Sari (2013) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Hidayah (2008) mengungkapkan bahwa dengan melaksanakan tanggung jawab sosial secara baik akan meningkatkan *goodwill* dari karyawan sehingga permasalahan tenaga kerja akan berkurang dan konsumen akan lebih setia dan loyal kepada produk perusahaan dengan peningkatan citra positif perusahaan. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin naik tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang melaksanakan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan maka kemungkinan akan terjadinya kenaikan terhadap nilai perusahaan. Beliau juga mengungkapkan bahwa CSR dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan konstituen penting seperti bank, investor, dan pemerintah yang memberikan keuntungan ekonomi (Nahda dan Harjito, 2011). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ho1: *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ha2: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengungkapan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian mengenai kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan telah banyak diteliti, bahwa ketika tingkat keuntungan dalam kinerja keuangan yang dicapai perusahaan tersebut semakin baik maka akan berpengaruh positif dalam meningkatkan nilai perusahaan artinya semakin tinggi kinerja keuangan yang diukur dengan ROA maka semakin baik produktivitas *asset* dalam memperoleh keuntungan bersih. Terbukti bahwa jika penawaran tinggi maka akan meningkatkan permintaan. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut makin diminati investor, karena tingkat keuntungan akan semakin besar.

Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Jogianto dan Chendrawati (1999) dalam Dwijayanti dkk, (2012) mengungkapkan bahwa ROA (*Return On Aset*) lebih berpengaruh terhadap *return* saham dibandingkan EVA (*Economic Value Added*). Dalam Yuniasih dan Wirakusuma (2007) penelitian yang dilakukan oleh Surata dan Pratana (2004) dari Kaaro (2002) mengungkapkan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Khafa dan Laksito, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kinerja keuangan perusahaan maka kemungkinan akan terjadinya kenaikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan, ROA atau kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ho2: Kinerja keuangan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ha2: Kinerja keuangan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.

Good Corporate Governance (GCG) merupakan bagian dari strategi bisnis untuk menunjang keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang. GCG dapat memberikan kerangka acuan yang memungkinkan pengawasan

berjalan efektif, sehingga dapat terciptanya mekanisme yang baik dalam perusahaan. Aminah dan ramadhani (2008) meneliti pengaruh struktur kepemilikan manajerial, mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) dan kinerja keuangan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2003-2007. Nilai perusahaan yang diindikasikan dengan *price book value* (PBV) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, walaupun perusahaan mempunyai saham yang dimiliki oleh kepemilikan manajerial yang besar tetapi tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ho3: *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ha3: *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) akan memperkuat atau memperlemah hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

Interaksi antara CSR, CGC, serta kinerja keuangan mampu mempengaruhi nilai perusahaan. GCG merupakan variabel moderasi pada hubungan pengungkapan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Dilihat dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa secara parsial kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal

ini menunjukkan bahwa semakin naik kinerja keuangan maka kemungkinan akan terjadinya kenaikan pula terhadap nilai perusahaan. Menurut Depari & Wahyudi (2016) menjelaskan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) tidak mampu memperkuat variabel kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. GCG dapat memberikan kerangka acuan yang memungkinkan pengawasan berjalan efektif, sehingga dapat terciptanya mekanisme yang baik dalam perusahaan. Meskipun adanya penerapan pelaksanaan GCG yang baik merupakan langkah yang penting dalam membangun kepercayaan pasar dan dapat mendorong arus investasi internasional yang lebih stabil, bersifat jangka panjang, tetapi GCG bukan variabel moderating tetapi bisa di jadikan variabel independen. Karena bukan hanya manajer yang akan mengelola tata perusahaan dengan baik tetapi seluruh anggota perusahaan dapat mengelola tata perusahaan, keuangannya secara efektif dan efisien. Dengan bekerja secara efektif dan efisien maka dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi. Jika keuntungan perusahaan tinggi maka akan memberikan pendapatan yang tinggi juga bagi investor karena laba per saham meningkat, sehingga akan menarik minat investor dengan demikian kinerja keuangan perusahaan akan meningkat. Penelitian Ramadhani dan Hadiprajitno (2012), tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur di BEI. Hasil penelitian tersebut adalah variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, *Good Corporate Governance* (GCG) tidak

berpengaruh sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ho4: *Good Corporate Governance* (GCG) tidak memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility*, kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.

Ha4: *Good Corporate Governance* (GCG) akan memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility*, kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.

