

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence (1973) mengemukakan bahwa isyarat atau *signal* memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Menurut Noor (2015), teori sinyal atau teori pensignalan merupakan dampak dari adanya asimetri informasi.

Teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah (Brigham dan Houston, 2013). Gendro dkk (2017) mengatakan teori *signaling* tetap menjadi teori yang penting di ilmu keuangan dan ekonomi.

Teori sinyal menjelaskan terkait bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan sinyal yang berguna bagi para pengguna laporan keuangan. Sinyal yang diberikan perusahaan berupa informasi seperti laporan keuangan perusahaan terkait dengan upaya manajemen dalam mengelola perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dan berkelanjutan. Sinyal ini berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan A lebih baik daripada perusahaan B atau perusahaan lainnya. Sinyal juga dapat berupa informasi yang dapat dipercaya terkait gambaran atau prospek perusahaan di masa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2011). Adel (2014) menyatakan pengumuman informasi akuntansi memberikan *signal* bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik dimasa mendatang (*good news*) sehingga investor tertarik untuk melakukan perdagangan saham dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham.

Manajemen menggunakan teori sinyal untuk memberikan gambaran kepada investor bagaimana masa depan perusahaan kedepannya yang nantinya akan menjadi pertimbangan bagi investor. Suatu perusahaan terdorong untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal dikarenakan adanya teori sinyal. Teori sinyal didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan diterima oleh para pengguna laporan keuangan atau masing-masing pihak yang tidak sama. Hal ini disebabkan karena adanya asimetri informasi tersebut. Apabila pengumuman dalam pengambilan

keputusan merupakan nilai yang positif, maka diharapkan akan ada reaksi pasar pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Informasi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi para investor. Informasi merupakan unsur penting bagi pebisnis maupun pihak investor karena informasi yang didapat merupakan gambaran masa lalu, saat sekarang maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan suatu perusahaan serta bagaimana pasaran efek perusahaan tersebut. Penilaian kualitas informasi dalam laporan keuangan dapat dinilai dari berbagai sudut pandang, yaitu keakuratan, relevan, kelengkapan informasi dan ketepatan waktu. tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham. Teori sinyal didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan menerbitkan secara sukarela sejumlah besar pengungkapan untuk menunjukkan kepada investor posisi superior mereka untuk menciptakan kesan positif di pasar sehingga akan membangun kepercayaan pada investor.

## 2.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam yang isinya mengemukakan gambaran tentang adanya perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, maka perusahaan akan berada pada posisi terancam dimana perbedaan tersebut dikenal sebagai *legitimacy gap*. *Legitimacy gap* akan muncul apabila

perusahaan tidak peka terhadap dampak yang mungkin ditimbulkan dari aktivitas perusahaan serta harapan masyarakat terhadap perusahaan dan hanya berorientasi pada menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya (Ang dan Masella, 2015).

Menurut Wartick dan Mahon (1994) dalam menyatakan bahwa *legitimacy gap (incongruence)* dapat terjadi karena beberapa faktor seperti :

1. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah.
3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah kearah yang berbeda atau kearah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Teori legitimasi menurut Gray *et al* (1997) merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat (Fathoni dkk, 2016). Sari (2013) mengatakan dalam teori legitimasi tersebut perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dimasyarakat sehingga dapat diterima di lingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi

beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan tentang adanya kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat sekitar dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. Adanya perbedaan nilai-nilai norma antara perusahaan dan masyarakat sekitar akan menimbulkan *legitimacy gap*. Selain itu perusahaan juga dianjurkan untuk menarik perhatian masyarakat sekitar dan meyakinkan bahwa kegiatan operasional perusahaan berjalan baik dan tidak merugikan masyarakat agar dapat diterima dan dianggap *legitimate*. Salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan untuk meyakinkan masyarakat akan kegiatan operasionalnya yang tidak akan merugikan masyarakat adalah dengan pengungkapan lingkungan yang bermanfaat untuk memulihkan, meningkatkan dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima dari masyarakat.

## **2.3 Nilai Perusahaan**

### **2.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan atau disebut juga dengan nilai pasar

perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Rodoni dkk, 2014). Menurut Suad dkk (2015), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan Harmono (2011) mengatakan nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Seperti yang sudah dipaparkan diatas bahwa nilai perusahaan merupakan gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan gambaran kinerja perusahaan yang tercermin dari nilai saham perusahaan yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang akan menjadi tolak ukur berapa harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

### **2.3.2 Pengukuran Nilai Perusahaan**

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

*Price Earning Ratio* (PER) adalah perbandingan antara *market pershare* (harga pasar per lembar saham) dengan *Earning Per Share* (laba perlembar saham) terhadap kenaikan pertumbuhan laba yang diharapkan juga akan mengalami kenaikan (Fahmi, 2015)

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Laba Perlembar Saham}}$$

b. *Tobin's Q*

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* atau *Q ratio* adalah rasio yang pertama kali diperkenalkan oleh James Tobin pada tahun 1998. Nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* dirumuskan sebagai berikut (Suranta & Mas'ud, 2003)

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

c. *Price to Book Value (PBV)*

Mardiyati dkk (2012) mengatakan nilai perusahaan dalam beberapa *literature* yang dihitung berdasarkan harga saham disebut dengan beberapa istilah diantaranya *Price to Book Value (PBV)* yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston dalam Pudjiastuti, 2014).

Tidak bisa dipungkiri bahwa nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan pemilik perusahaan sebab nilai perusahaan yang tinggi akan menunjukkan bahwa tingkat kemakmuran dalam perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, tapi juga pada prospek kemakmuran pada kinerja perusahaan periode selanjutnya.. penelitian kali ini akan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai pengukuran nilai perusahaan yang akan dirumuskan sebagai berikut :

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

Sumber : Kasmir 2014

#### 2.4 Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance*)

Perhatian yang diberikan oleh perusahaan terhadap lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholders* serta kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (Suratno *et al.*, 2006). Kinerja lingkungan yang baik merupakan cerminan



dari kegiatan penjagaan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut diapresiasi oleh pemerintah dengan diciptakannya Program Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) yang dikelola oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup. PROPER digunakan sebagai alat ukur kinerja lingkungan di Indonesia dan salah satu instrumen penataan sejak tahun 1995. PROPER juga digunakan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam program pelestarian lingkungan hidup. PROPER dilaksanakan dengan tujuan:

1. Meningkatkan penataan perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan
2. Meningkatkan komitmen para *stakeholder* dalam upaya pelestarian lingkungan
3. Meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan secara berkelanjutan
4. Meningkatkan kesadaran para pelaku usaha untuk menaati ketentuan perundang-undangan di bidang lingkungan hidup
5. Mendorong penerapan prinsip *Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery* (4R) dalam pengelolaan limbah.

Kinerja lingkungan yang dimiliki perusahaan mencerminkan ketaatan perusahaan tersebut dalam mengelola lingkungan hidup. Perusahaan merogoh miliaran rupiah dalam satu periode untuk mendanai operasi yang berhubungan dengan lingkungan dan investasi modal. Dengan kata lain, peringkat yang didapatkan perusahaan dapat menunjukkan seberapa besar perhatian perusahaan terhadap lingkungan dengan investasi lingkungan yang dilakukan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik peringkat PROPER suatu perusahaan, maka semakin baik pula kinerja lingkungannya. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan pelestarian lingkungan yang baik pula.

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 7 Tahun 2008 Tentang Program Penilaian Peringkat Kerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Peringkat kinerja penataan PROPER dikelompokkan menjadi lima peringkat warna dan tujuh kategori yang masing-masing peringkat warna mencerminkan kinerja perusahaan. Lima peringkat kinerja PROPER memiliki pengertian sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

**Peringkat PROPER**

No.	Peringkat	Keterangan
1.	Emas	Diberikan kepada penanggung jawab dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan ( <i>environmental excellency</i> ) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
2.	Hijau	Diberikan kepada penanggung jawab dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan ( <i>beyond compliance</i> ) melalui pelaksanaan system pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R ( <i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i> ) dan melakukan upaya tanggung jawab sosial ( <i>CSR/Comdev</i> ) dengan baik.

No.	Peringkat	Keterangan
3.	Biru	Diberikan kepada penanggung jawab dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan.
4.	Merah	Diberikan kepada penanggung jawab dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
5.	Hitam	Diberikan kepada penanggung jawab dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber : Peraturan Kementerian Lingkungan Hidup Nomor 7 Tahun 2008

#### 2.4.1 Dasar Pengungkapan

Pengungkapan *environmental corporate* dapat diukur dengan beberapa cara yaitu.

##### a. Refinitiv

Refinitiv merupakan indeks yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja ESG suatu perusahaan. Indeks ini jika dirincikan, kinerja lingkungan terbagi menjadi penggunaan sumber daya, emisi, inovasi, kinerja tanggung jawab sosial terdiri dari

tenaga kerja, hak asasi manusia, komunitas, dan tanggung jawab produk, dan untuk tata kelola perusahaan dibagi menjadi manajemen, pemegang saham, dan tanggung jawab (CSR) strategi.

b. *Global Reporting Initiative (GRI) G4*

Dalam penelitian ini menggunakan indeks *Global Reporting Initiative (GRI) G4*. Pengungkapan *environmental corporate* dinyatakan dalam *Environmental Corporate Disclosure Index (ECDI)* yang dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan :

$ECDI_j$  : *Environmental Corporate Disclosure Index*

Perusahaan j

$X_{ij}$  : Jumlah total pengungkapan *environmental* oleh perusahaan

$n_j$  : Jumlah *item* maksimal perusahaan j,  $n_j = 34$  skor maksimal

**Tabel 2.2**  
**Indeks GRI G4 Untuk Kinerja Lingkungan**

Jenis	Kode	Keterangan
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
	EN7	Pengurangan kebutuhan Energi pada produk dan jasa
Air	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan .

Jenis	Kode	keterangan
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> , dan emisi udara signifikan lainnya
Efulen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori

Jenis	Kode	Keterangan
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen Pemasok atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

Sumber : Blog UI data diolah penulis

## 2.5 Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

### 2.5.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang merupakan lembaga internasional, yang dikutip Handriyani (2013) menyatakan: “*Corporate social responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local*

*community and society at large.*” Pengertian diatas menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Hadi, 2011).

Suharto (2010) memaparkan dari *International Organization for Standardization (ISO) 26000* mengenai *Guidance on Social Responsibility* memberikan definisi, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta integrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat (3) Tentang Perseroan Terbatas (2007) memberikan definisi bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat,



baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Kesimpulannya adalah *corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Perusahaan dianjurkan mampu memberikan kesan positif atas kegiatan operasionalnya kepada masyarakat diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta integrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Keputusan-keputusan perusahaan maupun kegiatan operasional perusahaan harus memiliki manfaat bagi lingkungan sosial masyarakat sekitar agar diharapkan mampu meningkatkan kualitas kehidupan dilingkungan sekitarnya.

### **2.5.2 Konsep Dasar *Corporate Social Responsibility***

*Corporate social responsibility* tak ubahnya sebuah konsep sosial untuk menyeimbangkan 3P (*profit, planet, people*). Ketiga komponen ini yang saat ini kerap dijadikan dasar perencanaan, implementasi dan evaluasi program-program *corporate social responsibility* (Prastowo dan Huda, 2011).

Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada. Inilah konsep dasar dari *corporate social responsibility* (CSR). Adapun pelaksanaannya sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut. CSR akan sangat bermanfaat dan berdampak positif bagi masyarakat. Akan tetapi ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain. *Tripel bottom line* adalah dimensi elementer dari CSR (*people, profit, planet*), dengan kata lain aktivitas CSR akan selalu terkait dan berada dalam satu atau lebih dimensi tersebut. Dalam melakukan CSR, perusahaan memiliki motif yang beragam.

**Tabel 2.3**  
***The Tripel Bottom Line of Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)***

	<i>People</i>	<i>Profit</i>	<i>Planet</i>
Definisi	Sebuah bisnis harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh <i>stakeholder</i> -nya.	Perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberikan kemajuan ekonomi bagi para <i>stakeholder</i> -nya.	Perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya alam dengan sangat bertanggung jawab menjaga keadaan lingkungan serta memperkecil jumlah limbah produksi.

	<i>People</i>	<i>Profit</i>	<i>Planet</i>
Jenis Kegiatan	Kegiatan kederewawan yang dilakukan secara tulus untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.	Tindakan perusahaan untuk terjun langsung di dalam masyarakat untuk memperkuat ketahanan ekonomi.	Penerapan proses produksi yang bersih, aman, dan bertanggung jawab.
Contoh	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beasiswa pendidikan</li> <li>• Pelayanan kesehatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembinaan UMKM</li> <li>• Bantuan modal dan kredit</li> <li>• Pemberdayaa n tenaga lokal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengelolaan limbah</li> <li>• Penanaman pohon</li> <li>• Kampanye lingkungan hidup</li> </ul>

Sumber : Hasibuan (2006) dalam Dewanti (2016)

### 2.5.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Suharto (2010) manfaat diterapkannya *corporate social responsibility* bagi perusahaan, antara lain :

#### 1. *Brand Differentiation*

Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.

## 2. *Human Resources*

Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman yang tinggi akan bertanya tentang *corporate social responsibility* dan etika bisnis perusahaan, dan untuk staf lama juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi, dan dedikasi dalam bekerja.

## 3. *License of Operate*

Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial dapat mendorong pemerintah dan publik memberi “izin” bisnis, karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

## 4. *Risk Management*

Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan.

Selain itu, menurut Untung (2008) manfaat dilaksanakannya *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, yaitu :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan,
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial,
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan,
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha,
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas,
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah,
7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders,
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator,
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan,
10. Adanya peluang untuk memperoleh penghargaan.

Dari pernyataan beberapa ahli diatas, disimpulkan bahwa *corporate social responsibily* memiliki banyak manfaat baik bagi perusahaan, pihak eksternal maupun keduanya. Manfaat utama yang dapat dirasakan dari diterapkannya CSR adalah memebrikan kesan positif bagi perusahaan dimata masyarakat, membantu dalam perekrutan karyawan baru yang berkompeten, mendapat lisensi untuk beroperasi secara sosial, dan membuka peluang pasar yang lebih luas.

#### 2.5.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Salah satu jenis informasi pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan diluar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawasan (Dewi, 2013). *Corporate social responsibility disclosure* atau pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholders* dan disarankan bahwa *corporate social responsibility* merupakan jalan masuk dimana beberapa organisasi menggunakannya untuk memperoleh keuntungan atau memperbaiki legitimasi (Sukmabianti, 2014). Pengungkapan CSR dalam penelitian ini menggunakan indeks *Global Reporting Initiative (GRI) G4*.

Pengungkapan *corporate social responsibility* dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

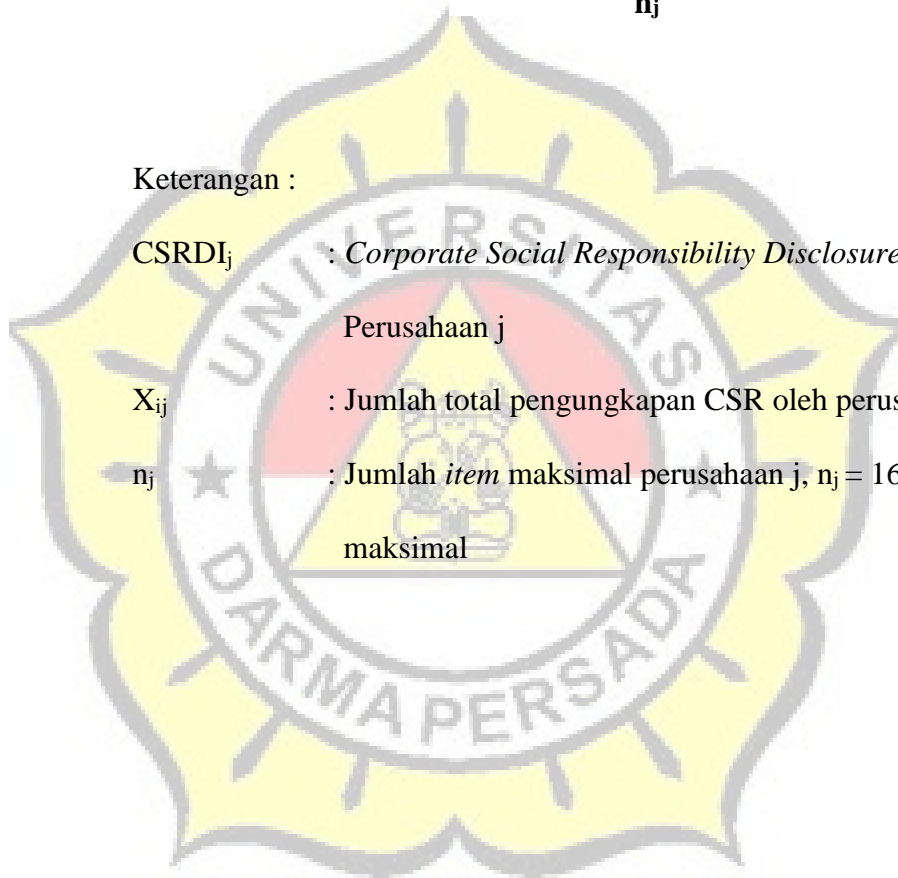
Keterangan :

$\text{CSRDI}_j$  : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

Perusahaan j

$X_{ij}$  : Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan

$n_j$  : Jumlah *item* maksimal perusahaan j,  $n_j = 16$  skor maksimal



**Tabel 2.4**  
**Indeks GRI G4 Untuk Tanggung Jawab Sosial**

<b>Jenis</b>	<b>Kode</b>	<b>Keterangan</b>
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paru waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja



<b>Jenis</b>	<b>Kode</b>	<b>Keterangan</b>
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan.
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.

Sumber : Blog UI data diolah penulis.

## 2.6 Tata Kelola Perusahaan (*Good Corporate Governance*)

### 2.6.1 Definisi *Good Corporate Governance*

Menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-01/MBU/2011 definisi Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*), adalah Prinsip-prinsip yang mendasari suatu proses dan mekanisme pengelolaan perusahaan berlandaskan peraturan perundang-undangan dan etika berusaha. Dalam buku *Good Corporate Governance Tinjauan Etika dalam praktik bisnis* Hamdani (2016) mendefinisikan *corporate governance* sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan.

Muh. Arief Effendi (2016) menyatakan pengertian *good corporate governance* adalah *Good Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independen, kewajaran dan kesetaraan. Sedangkan menurut Bambang Riyanto Rustam (2017) pengertian *good corporate governance* adalah *Corporate Governance* merupakan serangkaian keterkaitan antara dewan komisaris, direksi, pihak-pihak yang berkepentingan, serta pemegang saham perusahaan. *Corporate governance* menciptakan sebuah struktur yang membantu perusahaan

dalam menetapkan sasaran, menjalankan kegiatan usaha sehari-hari, memerhatikan kebutuhan *stakeholder*, memastikan perusahaan beroperasi secara aman dan sehat, mematuhi hukum dan peraturan lain, serta melindungi kepentingan nasabah.

Dari definisi GCG yang sudah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) adalah suatu sistem yang dirancang untuk mengatur, mengelola perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independen, kewajaran dan kesetaraan. serta mengawasi proses pengendalian usaha, sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada *stakeholders*, karyawan, dan masyarakat. Dewan komisaris, direksi, dan pihak-pihak yang berkepentingan berperan dalam *good corporate governance*.

### **2.6.2 Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance***

*The Indonesian Institute for Corporation* (IICG) dalam Hamdani (2016), mengungkapkan beberapa prinsip pelaksanaan GCG yang berlaku secara internasional sebagai berikut :

1. Hak-hak para pemegang saham, yang harus diberikan informasi dengan benar dan tepat pada waktunya mengenai perusahaan, dapat ikut berperan serta dalam pengambilan keputusan perusahaan, dan turut memperoleh bagian dari keuntungan perusahaan.
2. Perlakuan sama terhadap pemegang saham.,terutama kepada para pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing, dengan keterbukaan informasi yang penting serta melarang pembagian untuk pihak sendiri dan perdagangan saham oleh orang dalam.
3. Peranan pemegang saham harus diakui sebagaimana diterapkan oleh hukum dan kerja sama yang aktif antara perusahaan serta para pemegang kepentingan dalam menciptakan kesejahteraan, lapangan kerja, dan perusahaan yang sehat dari aspek keuangan.
4. Pengungkapan yang akurat dan tepat pada waktunya serta transparansi mengenai semua hal yang penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta para pemegang kepentingan (*stakeholders*).
5. Tanggung jawab pengurus manajemen, pengawasan manajemen, serta penanggungjawaban kepada perusahaan dan para pemegang saham.

Menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-01/MBU/2011 prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* meliputi :

1. Transparansi (*transparency*)

Keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

2. Akuntabilitas (*accountability*)

Kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.

3. Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Kesesuaian didalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

4. Kemandirian (*independency*)

Kadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

5. Kewajaran (*fairness*).

Keadilan dan kesetaraan didalam memenuhi hak-hak pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan.

Prinsip *Good Corporate Governance* menurut *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) dalam Sedarmayanti (2012) mencakup 5 bidang utama yaitu :

1. Hak pemegang saham dan perlindungan
2. Peran karyawan dan pihak yang berkepentingan lainnya
3. Pengungkapan yang akurat dan tepat waktu serta transparansi sehubungan dengan struktur dan operasi korporasi
4. Tanggung jawab dewan (dewan komisaris maupun dewan direksi) terhadap perusahaan
5. Pemegang saham dan dan pihak berkepentingan lainnya.

Pada dasarnya, prinsip *good corporate governance* transparansi, akuntabilitas dan tanggung jawab mempunyai arti yang sangat erat dan tumpang-tindih. Dengan berpegang pada prinsip ini, perusahaan akan mampu menemukan jawaban atas permasalahan-permasalahan yang terjadi akibat tata kelola perusahaan yang kurang baik.

### **2.6.3 Unsur-Unsur *Good Corporate Governance***

Menurut Amin Widjaja Tunggal (2013) unsur-unsur (*person in charge*) dalam *Good Corporate Governance* yang baik terdiri atas :

1. Pemegang saham (*stakeholders*)
2. Komisaris dan Direksi

3. Komite audit
4. Sekretaris Perusahaan
5. Manajer dan karyawan
6. Auditor eksternal
7. Auditor internal
8. *Stakeholder* lainnya.

Menurut Adrian Sutedi (2011), mengatakan unsur-unsur yang dimiliki *corporate governance*, yaitu, *Corporate governance* memiliki unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan (dan selalu diperlukan di dalam perusahaan), serta unsur-unsur yang ada di luar perusahaan (dan yang selalu diperlukan di luar perusahaan) yang bisa menjamin berfungsinya *good corporate governance*".

Dalam penelitian kali ini, indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) G4 menjadi indeks dalam pengungkapan *governance* dalam laporan perusahaan.

Pengungkapan *good corporate governance* dinyatakan dalam *Good Corporate Governance Disclosure Index* (GCGDI) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{GCGDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

GCGDI<sub>j</sub> : *Good Corporate Governance Disclosure Index*

Perusahaan j

X<sub>ij</sub> : Jumlah total pengungkapan GCG oleh perusahaan

n<sub>j</sub> : Jumlah *item* maksimal perusahaan j, n<sub>j</sub> = 22 skor maksimal

**Tabel 2.5**  
**Indeks GRI G4 Untuk Tata Kelola Perusahaan**

Jenis	Kode	Keterangan
Struktur dan Komposisi Tata Kelola	G4-34	Laporkan struktur tata kelola organisasi, termasuk komite-komite badan tata kelola tertinggi. Identifikasi komite yang bertanggung jawab dalam pembuatan keputusan terkait dengan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial
	G4-35	Laporkan proses pelimpahan otoritas untuk topik ekonomi, lingkungan, dan sosial dari badan tata kelola tertinggi kepada eksekutif senior dan karyawan lainnya
	G4-36	Laporkan apakah organisasi telah menetapkan jabatan atau jabatan-jabatan di tingkat eksekutif dengan tanggung jawab untuk topik ekonomi, lingkungan, dan sosial, dan apakah pemegang jabatan melapor langsung kepada badan tata kelola tertinggi



Jenis	Kode	Keterangan
	G4-37	Laporkan proses konsultasi antara pemangku kepentingan dan badan tata kelola tertinggi tentang topik ekonomi, lingkungan, dan sosial. Jika proses konsultasi didelegasikan, jelas kepada siapa dan masukan-masukan mana yang diproses kepada badan tata kelola tertinggi.
	G4-38	Laporkan komposisi badan tata kelola tertinggi dan komite-komitennya menurut eksekutif atau non-eksekutif ; independensi ; masa jabatan di badan tata kelola ; jumlah posisi dan komitmen lain yang signifikan dari setiap individu dan sifat komitmen tersebut ; gender ; keanggotaan kelompok sosial yang kurang terwakili ; kompetensi bagi yang berkaitan dengan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial ; perwakilan pemangku kepentingan
	G4-39	Laporkan apakah Pimpinan badan tata kelola tertinggi juga merupakan pejabat eksekutif (dan, jika ya, apa fungsinya dalam manajemen organisasi dan alasan untuk pengaturan ini).
	G4-40	Laporkan proses pencalonan dan pemilihan badan tata kelola tertinggi, termasuk apakah dan bagaimana keberagaman dipertimbangkan ; apakah dan bagaimana independensi dipertimbangkan ; apakah dan bagaimana keahlian dan pengalaman yang berkaitan dengan topik ekonomi, lingkungan, dan sosial dipertimbangkan ; apakah dan bagaimana pemangku kepentingan (termasuk pemegang saham) dilibatkan.

Jenis	Kode	Keterangan
	G4-41	Laporkan proses pada badan tata kelola tertinggi untuk memastikan konflik kepentingan dihindari dan dikelola. Laporkan apakah konflik kepentingan diungkapkan kepada pemangku kepentingan, termasuk setidaknya keanggotaan lintas dewan ; lintas kepemilikan saham dengan pemasok dan pemangku kepentingan lain ; keberadaan pemegang saham pengendali ; pengungkapan tentang pihak yang berelasi
Peran Badan Tata Kelola Tertinggi dalam Menetapkan Tujuan, Nilai, dan Strategi	G4-42	Laporkan peran badan tata kelola tertinggi dan eksekutif senior dalam pengembangan, persetujuan, dan pembaruan tujuan, pernyataan nilai atau misi, strategi, kebijakan, dan sasaran organisasi yang berkaitan dengan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial.
Kompetensi dan Evaluasi Kinerja Badan Tata Kelola Tertinggi	G4-43	Laporkan tindakan yang dilakukan untuk mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan kolektif badan tata kelola tertinggi mengenai topik ekonomi, lingkungan, dan social.
	G4-44	Laporkan proses untuk evaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi sehubungan dengan tata kelola topik ekonomi, lingkungan, dan sosial. Laporkan apakah evaluasi tersebut independen atau tidak, dan frekuensinya. Laporkan apakah evaluasi tersebut merupakan asesmen yang dilakukan sendiri Laporkan tindakan yang diambil sebagai tanggapan terhadap evaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi terkait dengan tata kelola topik ekonomi, lingkungan, dan sosial, termasuk setidaknya perubahan dalam keanggotaan dan praktik ditingkat organisasi.

Jenis	Kode	Keterangan
Peran Badan Tata Kelola Tertinggi dalam Manajemen Risiko	G4-45	Laporkan peran badan tata kelola tertinggi dalam identifikasi dan pengelolaan dampak, risiko, dan peluang ekonomi, lingkungan, dan sosial. Sertakan peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaksanaan proses uji tuntas. Laporkan apakah konsultasi pemangku kepentingan digunakan untuk mendukung identifikasi dan manajemen oleh badan tata kelola tertinggi mengenai dampak, risiko, serta peluang ekonomi, lingkungan, dan social.
	G4-46	Laporkan peran tata kelola tertinggi dalam meninjau keefektifan proses manajemen risiko organisasi untuk topik ekonomi, lingkungan, dan sosial.
	G4-47	Laporkan frekuensi <i>review</i> badan tata kelola tertinggi mengenai dampak, risiko, dan peluang ekonomi, lingkungan, dan sosial
Peran Badan Tata Kelola Tertinggi dalam Pelaporan Keberlanjutan	G4-48	Laporkan komite atau posisi tertinggi yang secara resmi meninjau dan menyetujui laporan keberlanjutan organisasi dan memastikan bahwa semua Aspek Material tercakup
Peran Badan Tata Kelola Tertinggi dalam Mengevaluasi Kinerja Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial	G4-49	Laporkan proses penyampaian permasalahan penting kepada badan tata kelola tertinggi.
	G4-50	Laporkan sifat dan jumlah total permasalahan penting yang dikomunikasikan kepada badan tata kelola tertinggi dan mekanisme yang digunakan untuk membahas dan menyelesaikannya

Jenis	Kode	Keterangan
Remunerasi dan Insentif	G4-51	<p>Laporkan kebijakan remunerasi untuk badan tata kelola tertinggi dan eksekutif senior untuk jenis remunerasi gaji tetap dan gaji tidak tetap ; bonus kontrak atau pembayaran insentif perekrutan ; pembayaran PHK ; clawback ; tunjangan pensiun, termasuk perbedaan antara skema tunjangan dan tingkat kontribusi bagi badan tata kelola tertinggi, eksekutif senior, dan semua karyawan lainnya</p> <p>Laporkan bagaimana kriteria kinerja dalam kebijakan remunerasi berkaitan dengan tujuan ekonomi, lingkungan, dan sosial kepada badan tata kelola tertinggi dan eksekutif senior</p>
	G4-52	<p>Laporkan proses untuk menentukan remunerasi. Laporkan apakah konsultan remunerasi dilibatkan dalam penentuan remunerasi dan apakah mereka terpisah dari manajemen. Laporkan hubungan lainnya yang dimiliki konsultan remunerasi dengan organisasi</p>
	G4-53	<p>Laporkan bagaimana pandangan pemangku kepentingan diminta dan dipertimbangkan terkait dengan remunerasi, termasuk hasil pemungutan suara pada kebijakan dan usulan remunerasi, jika berlaku</p>
	G4-54	<p>Laporkan rasio total kompensasi tahunan untuk individu yang memperoleh pendapatan paling tinggi dalam organisasi disetiap negara dari operasi yang signifikan terhadap median peningkatan total kompensasi tahunan untuk semua karyawan ( tidak termasuk individu yang memperoleh pendapatan paling tinggi ) dinegara yang sama.</p>

Jenis	Kode	Keterangan
		Laporkan rasio peningkatan persentase dalam total kompensasi tahunan untuk individu yang memperoleh pendapatan paling tinggi dalam organisasi di setiap negara dari operasi yang signifikan terhadap peningkatan persentase median dalam total kompensasi tahunan untuk semua karyawan ( tidak termasuk individu yang memperoleh pendapatan paling tinggi ) dinegara yang sama.

Sumber : Blog UI data diolah penulis

## 2.7 *Return On Equity (ROE)*

*Return On Equity (ROE)* adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri (Kasmir, 2016). Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi ROE, maka semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Sebaliknya apabila ROE rendah, maka semakin buruk. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin lemah. Fahmi (2016) mengatakan *return on equity* disebut juga dengan laba atas equity atau perputaran total aset. Rasio ini mengkaji sejauh mana perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mampu memberkan laba atas ekuitas.

Kasmir (2015) mengatakan manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan rasio ROE adalah untuk :

1. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
2. Mengetahui produktivitas dari seluruh dan perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
3. Untuk mengetahui efisiensi penggunaan modal sendiri maupun pinjaman.

Kasmir (2015) juga mengatakan tujuan penggunaan rasio *return on equity* bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan, yaitu :

1. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
2. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik pinjaman maupun modal sendiri
3. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri maupun pinjaman.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *return on equity* merupakan pengukuran efektivitas perusahaan untuk mendapatkan laba dengan menggunakan modal yang dimiliki perusahaan itu sendiri. Selain itu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak hanya diukur berdasarkan besar kecilnya laba yang dihasilkan, melainkan dengan modal perusahaan itu sendiri yang digunakan untuk menghasilkan laba. Apabila modal yang dimiliki perusahaan mampu menghasilkan laba yang sesuai dengan besaran

modalnya, maka dalam hal ini modal perusahaan baik modal sendiri maupun modal pinjaman dianggap produktivitas dalam menghasilkan laba.

Rumus untuk mencari Return On Equity (ROE) menurut Kasmir (2015) sebagai berikut :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

Sumber : Kasmir (2015)

Dengan perhitungan rumus diatas akan didapatkan dan diketahui seberapa besar pengembalian atas equity yang dihasilkan oleh perusahaan dengan membandingkan laba setelah pajak dengan modal sendiri.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah melakukan penelitian tentang kepemilikan manajerial, *intellectual capital* dan pertumbuhan perusahaan terhadap kinerja keuangan. Hasil dari beberapa penelitian akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian lain, antara lain adalah sebagai berikut ini :

**Tabel 2.6**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
1.	<p><i>Impact of CSR News Reports on Firm Value</i></p> <p>Junhee Seok, Yuseok Lee, Byung-Do Kim (2019)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Mediasi :</p> <p><i>Word of Mouth (WOM) from blogs or twitter</i></p> <p>Dependen :</p> <p><i>CSR News Report (CSRNEWS)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>CSR News Report</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Hasil kedua menunjukkan bahwa volume Tweet yang memediasi hubungan antara <i>CSR News Report</i> dan nilai perusahaan tidak memediasi, akan tetapi untuk WOM blogs yang juga sebagai variabel mediasi menunjukkan adanya hubungan WOM blogs dalam memediasi variabel independen dan dependen.</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil ketiga adalah pengadaan iklan memoderasi secara tidak langsung antara <i>CSR News Report</i> dan nilai perusahaan yang artinya dengan meningkatnya WOM maka pengadaan iklan akan menurun.</li> </ul>



No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
2.	<p><i>ESG Performance and Firm Value : The Moderating Role of Disclosure</i></p> <p>Ali Fatemi, Martin Glaum, Stefanie Kaiser (2017)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : Nilai Perusahaan</p> <p>X2 : Kepemilikan Intitusal</p> <p>Dependen :</p> <p><i>Environmental, Social, and Governance (ESG)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian menunjukkan ESG meningkatkan nilai perusahaan</li> <li>• Dalam hasil penelitian mengungkapkan adanya hubungan positif antara kepemilikan intitusal dengan pengungkapan ESG</li> </ul>
3.	<p><i>Wich Aspects of CSR Predict Firm Market Value?</i></p> <p>Stevan Bajic, Burcin Yurtoglu (2018)</p>	<p>Independen :</p> <p>Elemen <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Dependen :</p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian menunjukan bahwa ESG secara keseluruhan dalam CSR positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Hasil kedua menunjukkan bagian dari ESG yaitu social memiliki pengaruh yang paling tinggi dalam mendorong hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.</li> <li>• Hasil ketiga adalah hanya ada sebagian kecil elemen dari CSR yang mempengaruhi nilai perusahaan.</li> </ul>

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
4.	<p><i>The Impact of Social, Environmental, and Corporate Governance Disclosures on Firm Value : Evidence from Egypt.</i></p> <p>Ahmed Aboud, Ahmed Diab (2018)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : <i>Environmental, Social, Governance (ESG)</i></p> <p>Dependen :</p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian menunjukkan perusahaan yang terdaftar dalam indeks ESG memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dibanding yang tidak terdaftar.</li> <li>• Dalam hasil penelitian mengungkapkan adanya hubungan positif antara peringkat dalam indeks ESG terhadap nilai perusahaan.</li> </ul>
5.	<p><i>The Association Between Environmental Disclosures With Financial Performance, Environmental Performance, And Firm Value</i></p> <p>Refandi Budi Deswanto, Sylvia Veronica Siregar (2018)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : Kinerja Keuangan Kontemporer</p> <p>X2 : Kinerja Keuangan Lagged</p> <p>X3 : Kinerja Lingkungan Kotemporer</p> <p>X4 : Kinerja Lingkungan Lagged</p> <p>Variabel Moderasi : Pengungkapan Lingkungan</p> <p>Dependen :</p> <p>Y1 : Keterbukaan Pengungkapan Lingkungan</p> <p>Y2 : Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</li> </ul>

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
6.	<p>Pengaruh GCG Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi</p> <p>Armi Sulthon Fauzi dkk. (2016)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : Good Corporate Governance</p> <p>X2 : Corporate Social Responsibility</p> <p>Variabel Moderasi : Profitabilitas</p> <p>Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil dari penelitian ini adalah variable CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan</li> <li>• Kemudian hasil berikutnya adalah variable GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan</li> </ul>
7.	<p>Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening</p> <p>Ilham Tabib (2017)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : Profitabilitas yang diprosikan dengan ROE</p> <p>X2 : Likuiditas</p> <p>Variabel Intervensi : Struktur Modal</p> <p>Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasilnya adalah profitabilitas yang di proksikan dengan ROE berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>• Likuiditas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>• Struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ul>

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
8.	<p><i>Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Influential Institutional Ownership</i></p> <p>Bonnie Buchanan, Cathy Xuying Cao, Chongyang Chen (2018)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : Corporate Social Responsibility</p> <p>Variabel Moderasi :</p> <p>Kepemilikan Insitusional</p> <p>Dependen :</p> <p>Nilai perusahaan</p>	<p>Hasil menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan apabila sebelum krisis ekonomi. Sedangkan bila terjadi krisis, kepemilikan institusional yang mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.</p>
9.	<p><i>A Latent Variable Analysis of Corporate Social Responsibility and Firm Value</i></p> <p>Boonlert Jitmaneeroj (2018)</p>	<p>Independen :</p> <p>Elemen <i>Corporate Social Responsibility</i> : Environmental, Social, Governance (ESG)</p> <p>Dependen :</p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian ini menunjukkan ENV berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Hasil kedua mengatakan SOC berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Hasil ketiga adalah GOV berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ul>

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
10.	<p>Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta <i>Islamic Index</i> Periode 2013-2016</p> <p>Muhammad Faisol Efendi, Ronny Malavia Mardani, Budi Wahono (2018)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : Kebijakan Dividen</p> <p>X2 : Kebijakan Utang</p> <p>X3 : Profitabilitas</p> <p>Dependen :</p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>dividen payout ratio</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Hasil kedua menunjukkan kebijakan utang berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Hasil ketiganya adalah <i>return on equity</i> atau profitabilitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ul>
11.	<p>Pengaruh Struktur Kepemilikan, IOS, dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan <i>Food and Beverage</i></p> <p>Marina Suzuki Hariyanto, Putu Vivi Lestari (2016)</p>	<p>Independen :</p> <p>X1 : Struktur Kepemilikan</p> <p>X2 : IOS</p> <p>X3 : ROE</p> <p>Dependen :</p> <p>Nilai perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil kedua adalah <i>investment opportunity set</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Hasil yang ketiga dari penelitian ini adalah <i>return on equity</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ul>

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
12.	<p><i>The Effect of Social Ties Between Outside and Inside Directors on the Association Between Corporate Social Responsibility and Firm Value</i></p> <p>Ju Hyoung Park, Hyun-Young Park, Ho-Young Lee (2018)</p>	<p>Independen :</p> <p><i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p> <p>Dependen :</p> <p>Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Moderasi :</p> <p><i>Social Ties Within the Board</i></p>	<p>Hasil menunjukkan bahwa CSR dalam perusahaan berhubungan positif dengan nilai perusahaan.</p>
13.	<p><i>Environmental, Social, and Governance Transparency and Firm value</i></p> <p>Ellen Pei-yi Yu, Christine Qian Guo, Bac Van Luu (2018)</p>	<p>Independen :</p> <p><i>Environmental, Social, Governance (ESG)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepemilikan orang dalam</li> <li>• Kepemilikan institusional</li> <li>• Persentase individu direktur independent</li> <li>• Ukuran dewan</li> </ul> <p>Dependen :</p> <p>Nilai perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESG memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Pengungkapan ESG lebih rendah pada perusahaan yang tinggi kepemilikan orang dalamnya.</li> <li>• Persentase direktur tidak secara signifikan mempengaruhi pengungkapan ESG</li> <li>• Hasil menunjukkan bahwa pengungkapan ESG yang lebih baik di perusahaan yng ukuran dewannya lebih besar.</li> </ul>

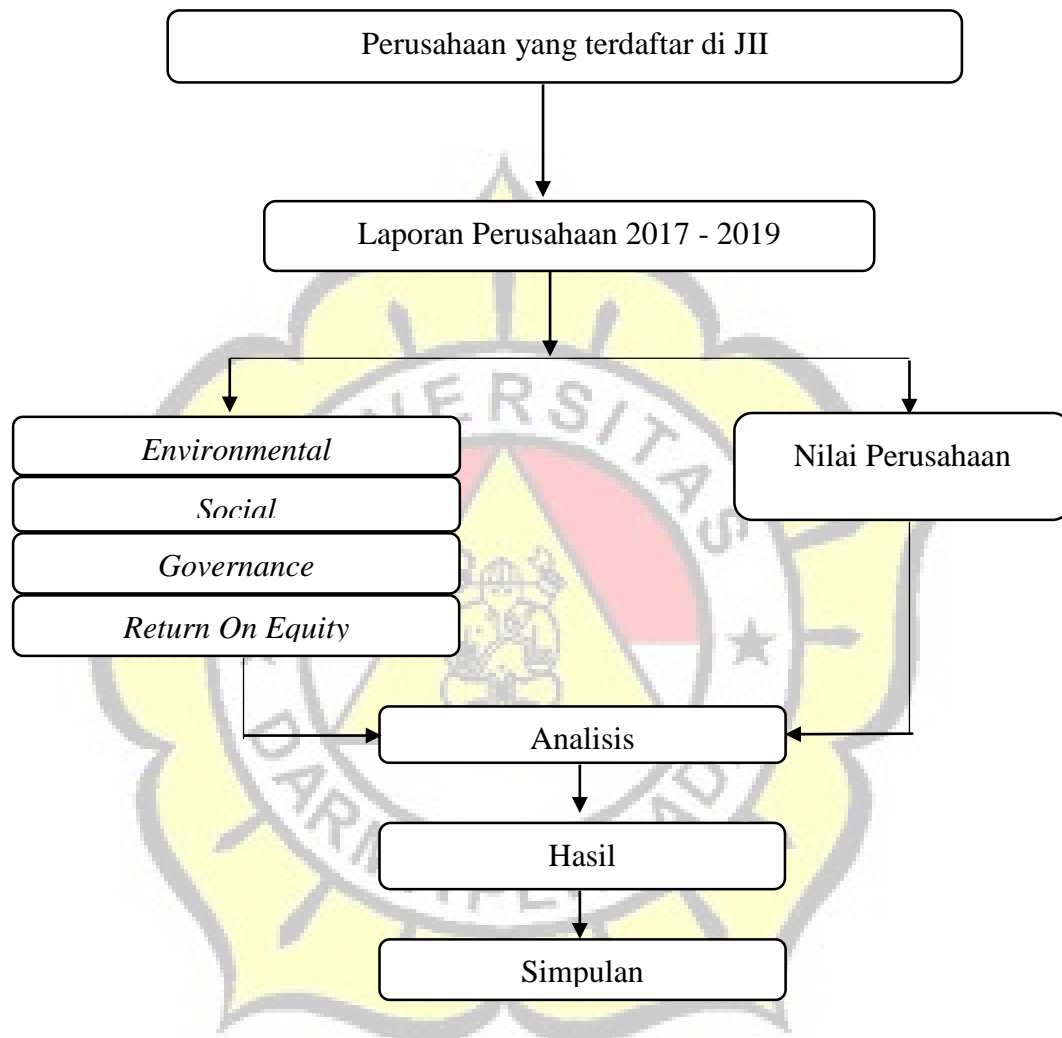
No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
14.	<p data-bbox="386 405 641 653"><i>The Impact of Environmental, Social, and Governance Disclosure on Firm Value : The Role of CEO Power</i></p> <p data-bbox="386 737 602 806">Li Y., Gong M., Zhang X. (2018)</p>	<p data-bbox="673 405 1019 527">Independen : <i>Environmental, Social and Governance (ESG)</i></p> <p data-bbox="673 611 889 701">Dependen : Nilai Perusahaan</p> <p data-bbox="673 785 927 875">Variabel Moderasi : Kekuatan CEO</p>	<p data-bbox="1044 405 1386 579">Hasil menunjukkan bahwa peungkapan ESG mempengaruhi secara positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p data-bbox="1044 663 1386 875">Kemudian hasil kedua menunjukkan bahwa pengungkapan ESG ketika kekuatan CEO yang lebih tinggi akan berpengaruh positif.</p>

## 2.9 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, berikut disajikan kerangka pemikiran teoritis yang dituangkan dalam model penelitian seperti yang ditunjuk pada gambar berikut

Gambar 2.1

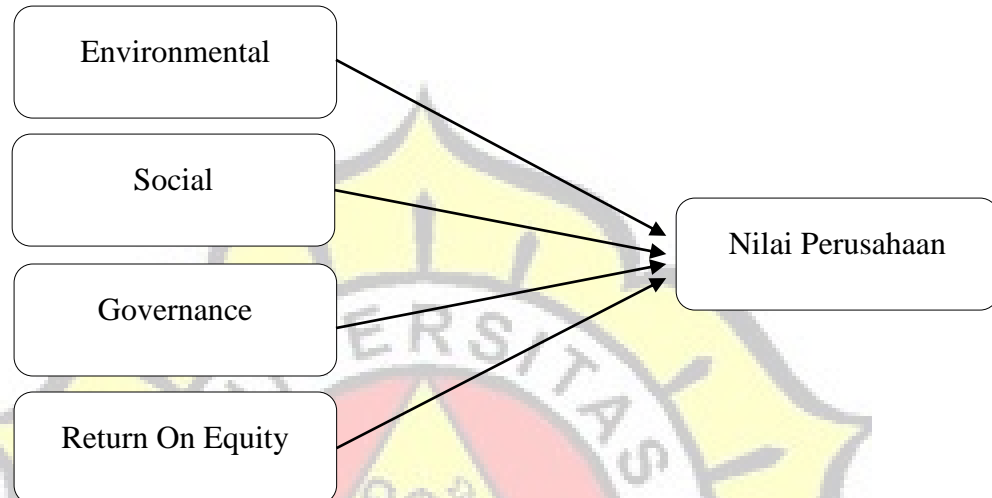
## Kerangka Pemikiran





Gambar 2.2

## Hubungan Variabel



Sumber : data diolah oleh penulis (2020)

Keterangan :

X1 : *Environmental* (  $ECDI_j = \sum X_{ij} / n_j$ , skor maksimal 34)

X2 : *Social* (  $CSRDI_j = \sum X_{ij} / n_j$ , skor maksimal 16)

X3 : *Governance* (  $GCGDI_j = \sum X_{ij} / n_j$ , skor maksimal 22)

X4 : *Return On Equity* (  $ROE = \text{Earning After Interest and Tax} / \text{Equity}$ )

Y : Nilai Perusahaan (  $PBV = \text{Harga Saham} / \text{Nilai Buku Saham}$ )

## 2.10 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori yang telah di kemukakan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis adalah sebagai berikut :

### 2.10.1 Pengaruh *environmental* terhadap nilai perusahaan

Lingkungan menjadi *item* yang penting dalam kegiatan operasional perusahaan. Maka dari itu adanya pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dalam laporan perusahaan menjadi tolak ukur apakah kegiatan yang dijalankan perusahaan sudah memenuhi kriteria sebagai kegiatan yang tidak merugikan lingkungan. Hal ini juga akan memicu meningkatnya nilai perusahaan yang akan menguntungkan bagi perusahaan maupun investor dan *stakeholders*.

Penelitian yang dilakukan Ali Fatemi, Martin Glaum, dan Stefanie Kaiser (2017) menyebutkan bahwa ESG meningkatkan nilai perusahaan yang artinya *environmental corporate* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan hipotesis yang diajukan adalah :

**H1 : Environmental berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.**

### 2.10.2 Pengaruh *social* terhadap nilai perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan secara teoritis adalah tanggung jawabnya terhadap masyarakat diuar tanggung jawab ekonomis. Dengan melakukan CSR, perusahaan akan mendapat berbagai manfaat salah satunya adalah meningkatkan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan kemampuan perusahaan untuk berinovasi yang semuanya memberikan efek pada meningkatya nilai perusahaan tersebut.

Junhee Seok, Yuseok Lee, dan Byung-Do Kim (2019) menyatakan bahwa *CSR News Report* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan hipotesis yang diajukan adalah :

**H2 : Social berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.**

### 2.10.3 Pengaruh *governance* terhadap nilai perusahaan

Pelaksanaa GCG ini menjadi suatu keharusan bagi sebuah organisasi agar dapat mencapai keberhasilan dalam jangka panjang. Secara teoritis pengimplementasian GCG secara konsisten akan memberi dampak positif bagi kinerja keuangan yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki *good corporate governance* yang baik akan berkesempatan mendapat kepercayaan yang baik dari investor akan image perusahaan yang akan meningkatkan nilai

perusahaan itu sendiri yang tercermin dari harga saham yang meningkat.

Beberapa peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh GCG dan nilai perusahaan. Boonlert Jitmaneeoj (2018) mengatakan *governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan hipotesis yang diajukan adalah :

**H3 : Governance berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.**

#### 2.10.4 Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan

*Return On Equity* (ROE) merupakan salah satu faktor dasar dalam menentukan seberapa efisien modal yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan laba. ROE juga digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimilikinya. Semakin besar ROE yang dimiliki perusahaan maka kinerja akan semakin baik yang artinya nilai perusahaan akan meningkat.

Muhammad Faisol Efendi dkk (2018) mengatakan bahwa ROE berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan hipotesis yang diajukan adalah :

**H4 : *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.**