

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Stakeholder

Teori stakeholder pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984. Teori ini secara umum diartikan sebagai suatu kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diharapkan oleh stakeholder. (Fatchan dan Trisnawati., 2016)

Seorang manajer apabila dapat mengelola perusahaan secara baik dan maksimal akan dapat menciptakan *value added*. Penciptaan *value added* adalah memanfaatkan semua potensi yang terdapat di perusahaan, seperti karyawan, aset fisik, atau structural capital. Pengelolaan yang baik atas potensi perusahaan ini akan mendorong kinerja keuangan perusahaan untuk kepentingan stakeholder. Namun, tanggung jawab perusahaan tidak hanya sebatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan.

Menurut Ramadhani *et al.*, (2017) teori stakeholder mengatakan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu namun harus memberikan manfaat kepada stakeholder-nya. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima stakeholder maka akan timbul kepuasan dan apresiasi bagi stakeholder dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Praktik pengungkapan *corporate social responsibility* memainkan peran penting bagi perusahaan. Karena perusahaan berada dalam lingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility*, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dukungan dari stakeholder agar dapat mendukung perusahaan dalam pencapaian tujuan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*.

2.2. Teori Agensi

Teori agensi secara khusus membahas mengenai adanya hubungan keagenan, dimana suatu pihak tertentu (*principal*) mendelegasikan pekerjaan kepada pihak lain (*agent*) yang melakukan pekerjaan. *Principal* didefinisikan sebagai pihak yang memberikan modal kepada *agent* untuk dapat bertindak atas nama prinsipal, sedangkan *agent* merupakan pihak yang diberi amanat oleh *principal* untuk menjalankan perusahaan dan berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan amanat tersebut.

Manajer sebagai pihak yang diberi wewenang atas kegiatan perusahaan dan berkewajiban menyediakan laporan keuangan akan cenderung untuk melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya dan mengorbankan

kepentingan pemegang saham. Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan, namun informasi yang disampaikan terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya sehingga hal ini memacu terjadinya konflik keagenan. Dalam kondisi yang demikian ini dikenal sebagai asimetri informasi. Asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) memberikan kesempatan bagi manajer untuk bertindak opportunistik untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya tanpa persetujuan pemilik atau pemegang saham. (Warapsari dan Suaryana, 2016)

Untuk mengurangi konflik keagenan antara pemegang saham (*principal*) dengan manajer (*agent*) dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kepemilikan manajerial. Nurkhin (2017) mengatakan bahwa peningkatan kepemilikan manajerial dalam perusahaan dinilai sebagai salah satu alternatif yang dapat mengurangi konflik keagenan yang terjadi. meningkatnya kepemilikan manajerial akan menyebabkan insider semakin berhati-hati dalam menggunakan hutang dan menghindari perilaku yang bersifat opportunistik karena mereka ikut menanggung konsekuensinya.

2.3. Nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan tersebut. Warapsari dan Suaryana (2016) menjelaskan nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan seringkali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang semakin tinggi

berbanding lurus dengan peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila ada kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang meliputi stakeholder maupun agen.

Nilai perusahaan juga disebut sebagai nilai jual suatu perusahaan dalam pasar modal (Aida dan Rahmawati, 2015). Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai inti dari suatu perusahaan yang pada umumnya dapat diidentifikasi melalui harga saham perusahaan di pasar saham, dengan demikian tingginya harga saham akan mengindikasikan besarnya nilai perusahaan. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan

Menurut Harmono (2017) Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, diantaranya sebagai berikut :

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio (PER) adalah perbandingan antara harga pasar perlembar saham dengan laba per lembar saham. Rasio ini secara praktir telah

diaplikasikan dalam bentuk laporan keuangan laba rugi abagia akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap keliapatan *earnings*. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur price earning ratio (PER) adalah sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Laba per Lembar Saham}}$$

Sumber : Firmansyah (2020)

2. *Price to Book Value* (PBV)

Price to book value (PBV) adalah rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. *Price to book value* merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Karena rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat harga saham apakah *overvalued* atau *undervalued*.

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

Sumber : Nurkhin *et al* (2017)

3. *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share (EPS) adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}}$$

Sumber : Aida dan Rahmawati (2015)

4. Tobin's Q

Tobin's Q adalah pengukur kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari aset yang sama. Tobin's Q merupakan rasio dari nilai pasar aset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang (*enterprise value*) terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil dari pemnembalian dari setiap dolar investasi dimasa depan.

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

Sumber : Ibrahim *et al* (2015)

Keterangan :

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

2.4. *Intellectual capital*

2.4.1 *Pengertian Intellectual capital*

Intellectual capital pertama kali diperkenalkan pada tahun 1969 oleh Jon Kenneth Galbraith Hikmat *et al.*, (2017). Akan tetapi, banyak peneliti yang memberikan konsep *intellectual capital* dengan hakikat yang sama, tapi dengan

cara penyampaian yang berbeda. Definisi *intellectual capital* sendiri telah banyak diungkapkan oleh banyak peneliti. Sampai saat ini definisi modal intelektual sering dimaknai berbeda-beda sebagai sebuah konsep, *intellectual capital* merujuk kepada modal-modal yang tidak berwujud (*Intangible Assets*) yang mana terkait dengan pengetahuan manusia atau teknologi yang digunakan perusahaan.

Menurut Sukiati *et al.*, (2015) *intellectual capital* didefinisikan sebagai kombinasi dari sumberdaya-sumberdaya intangible dan kegiatan-kegiatan yang membolehkan organisasi mentransformasi material, keuangan dan sumberdaya manusia dalam sebuah kec akapan sistem untuk menciptakan *stakeholder value*.

Brooking (1996) menyatakan bahwa *intellectual capital* merupakan istilah yang diberikan kepada aset tidak berwujud yang merupakan gabungan dari pasar dan kekayaan intelektual yang berpusat pada manusia dan infrastruktur yang memungkinkan untuk menggerakkan dan mengembangkan perusahaan. *intellectual capital* mencakup semua pengetahuan karyawan, organisasi dan kemampuan mereka untuk menciptakan nilai tambah dan menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Aida dan Rahmawati, 2015).

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa konsep modal intelektual merupakan sumber daya dan pengetahuan perusahaan yang berupa aset tidak berwujud yang bernilai, langka, tidak mudah ditiru dan tidak tergantikan, jika digunakan secara optimal memungkinkan perusahaan untuk melaksanakan strateginya secara efektif dan efisien, sehingga dapat dijadikan sebagai tambahan nilai bagi perusahaan dalam bentuk keunggulan kompetitif perusahaan.

2.4.2 Komponen *Intellectual capital*

International Federation of Accountant (1998) mengklasifikasikan *Intellectual capital* dalam tiga kategori, yaitu: *organizational capital*, *relational capital*, dan *human capital*. *Organizational capital* meliputi *intellectual property* dan *infrastructure assets* Ulum (2017). Sedangkan pada umumnya *Intellectual capital* terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

1. *Human Capital* (HC)

Human Capital (HC) adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan solusi atau menyelesaikan masalah dengan cara terbaik melalui pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang didalam perusahaan. *Human capital* merupakan *lifeblood* dalam *intellectual capital* karena *human capital* merupakan sumber *innovation* dan *improvement*, karena di dalamnya terdapat pengetahuan ketrampilan dan kompetensi yang dimiliki oleh karyawan perusahaan (Hikmat *et al.*, 2017).

2. *Structural Capital* (SC)

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan. *Structural capital* meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk database, budaya organisasi, sistem operasional perusahaan, filosofi manajemen, dan struktur organisasi dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar dari nilai materialnya.

3. *Capital Employed* (CE)

Capital Employed (CE) merupakan salah satu komponen dalam *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata, dimana *capital employed* adalah hubungan yang harmonis dan baik (*association network*) antara perusahaan dengan para mitranya serta pengelolaan atas modal fisik yang membantu penciptaan nilai lebih bagi perusahaan. Hubungan yang baik tersebut berasal dari hubungan pemasok yang berkualitas, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan pelayanan perusahaan, serta hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar.

2.4.3 Pengukuran *Intellectual capital*

Perhitungan *intellectual capital* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Metode *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™) yang dikembangkan oleh Pulic (2000). VAIC™ adalah sebuah prosedur analitis yang dirancang untuk memungkinkan manajemen, pemegang saham dan pemangku kepentingan lain untuk secara efektif memonitor dan mengevaluasi efisiensi nilai tambah atau *value added* (VA) dengan total sumber daya dan masing-masing komponen sumber daya utama perusahaan. Nilai tambah (VA) adalah perbedaan dari pendapatan (OUT) dan beban (IN). VAIC™ terdiri dari 3 Komponen utama yaitu :

1. *Value added Capital Coefficient* (VACA)

VACA adalah perbandingan antara *Value Added* (VA) dengan *Capital Employed* (CE) atau modal fisik yang bekerja. Rasio ini menunjukkan

adanya kontribusi yang dibuat oleh setiap unit capital employed terhadap *value added* organisasi. VACA menjadi indikator kemampuan intelektual perusahaan untuk memanfaatkan modal fisik yang lebih baik. Jadi VACA tercipta atas modal yang diusahakan perusahaan dengan efisien. Di dalam laporan keuangan, CE terdapat dalam akun ekuitas.

2. *Value added Human Capital (VAHU)*

VAHU adalah rasio dari *Value Added (VA)* terhadap *Human Capital (HC)*. Hubungan ini mengindikasikan kemampuan modal manusia membuat nilai pada sebuah perusahaan. VAHU dapat diartikan juga sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai tambah setiap rupiah yang dikeluarkan pada human capital. VAHU menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Human capital dipresentasikan di beban karyawan. Di dalam laporan keuangan HC ada di dalam akun beban personalia.

3. *Structural Capital Value added (STVA)*

STVA adalah rasio *Structural Capital* terhadap *Value Added (VA)* yang mengukur jumlah *Structural Capital (SC)* yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu rupiah dari VA. Besarnya structural capital tergantung pada nilai *Human Capital (HC)* pada perusahaan. Semakin besar nilai human capital dalam value creation maka semakin kecil kontribusi *Structural Capital*. Hal ini dikarenakan nilai *Structural Capital* diperoleh dari jumlah pengurangan *Value Added (VA)* dengan *Human Capital (HC)*.

2.5. Corporate Social Responsibility

2.5.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. *Corporate social responsibility* secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (*sustainable development*). Sedangkan Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *corporate social responsibility* didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (www.wbcsd.org).

Corporate social responsibility tidak hanya merupakan kegiatan kreatif perusahaan dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum semata. Bagi perusahaan, *corporate social responsibility* dimaksudkan secara tidak langsung dapat memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan dan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan, bagi produktifitas, terutama memperoleh keamanan di lingkungan perusahaan yang berasal dari masyarakat setempat dan

berhubungan dengan aktivitas perusahaan yang sifatnya non materiil tidak terganggu oleh keinginan masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas bisa disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab dan kepedulian Perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakatnya, yang dilakukan secara berkelanjutan, terukur dan transparan, dalam bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan dan lingkungan, untuk kepentingan bersama antara Perusahaan dan stake holder. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR yang baik akan menunjukkan bentuk kepedulian perusahaan, dilakukan melalui program yang berkelanjutan dan untuk kepentingan bersama bagi perusahaan dan masyarakat.

Corporate social responsibility dianggap sebagai aspek eksternal perusahaan karena pengeluaran untuk *corporate social responsibility* diasumsikan sebagai beban dalam pelaporan keuangan, sebagai informasi akuntansi yang akan menurunkan pendapatan perusahaan. Namun, dengan melaksanakan *corporate social responsibility*, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Oleh karena itu, *corporate social responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya (Firmansyah, 2020).

Di Indonesia, kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan tersebut diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Setiap

unit/pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan. Peraturan lain yang mewajibkan CSR adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial lingkungan (TJSL). Yang dimaksud dengan TJSL adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. Adanya peraturan ini mengharuskan perusahaan, khususnya Perseroaan Terbatas (PT) dan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Corporate social responsibility memberikan dampak positif terhadap perusahaan diantaranya meningkatkan citra perusahaan, mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan, menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Manfaat *corporate social responsibility* tidak hanya dirasakan oleh perusahaan, masyarakat dan pemerintah ikut serta merasakan manfaat dari *corporate social responsibility* ini, diantaranya adalah:

1. Manfaat CSR bagi Masyarakat
 - a. Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan.

- b. Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur.
- c. Keahlian komersial
- d. Kompetensi teknis dan personal individual pekerja yang terlibat
- e. Representasi bisnis sebagai promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas

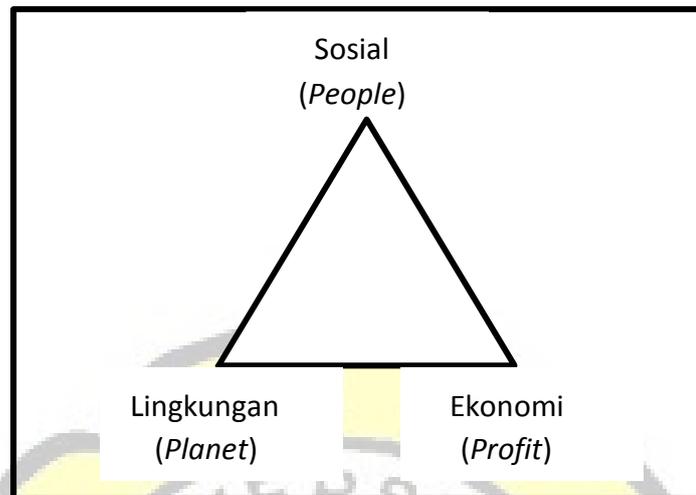
2. Manfaat bagi Pemerintah

- a. Dukungan pembiayaan, utamanya karena keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang berkaitan dengan penanggulangan kemiskinan.
- b. Dukungan sarana dan prasarana (ekonomi, kesehatan, pendidikan atau pelatihan, tempat ibadah, sarana olahraga, kesenian, dan lain-lain), baik yang (sudah) dimiliki maupun yang dibangun melalui kegiatan CSR.
- c. Dukungan keahlian, melalui keterlibatan personil perusahaan utamanya pada kegiatan pengembangan kapasitas masyarakat.
- d. Keterlibatan pegiat LSM dalam kegiatan CSR, merupakan sumber belajar, utamanya dalam menumbuhkan, menggerakkan, dan memelihara partisipasi masyarakat dalam pembangunan

2.5.2 Komponen *Corporate Social Responsibility*

Elkington mengembangkan *corporate social responsibility* ke dalam tiga fokus (3P) yaitu *Profit*, *Planet* dan *People*. Berikut penjelasan komponen-komponen *bottom line* dari konsep 3P:

Gambar 2.1
Triple Bottom Line



Sumber : Data Diolah Penulis (2021)

1. *Profit*

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha termasuk perusahaan. Tetapi, perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberi kemajuan ekonomi bagi para stakeholdernya dan apa tindakan yang sudah dilakukan perusahaan untuk memperkuat ketahanan ekonomi di dalam masyarakat.

2. *People*

Perusahaan harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh stakeholdernya. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan. Perusahaan bisa membuat kegiatan untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.

3. *Planet*

Perusahaan harus menjaga keadaan lingkungan khususnya di sekitar lingkungan perusahaan karena sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan. Perusahaan harus melakukan penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggung jawab.

Menurut Fatchan dan Trisnawati., (2016) konsep tersebut menjelaskan bahwa kegiatan bisnis tidak hanya bertujuan menguntungkan perusahaan saja. Namun, aktivitas tersebut juga dapat memenuhi kesejahteraan masyarakat dan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitar dengan cara mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan.

2.5.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomis dan politis. Dengan reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat, menjadikan investor tidak hanya mempertimbangkan aspek laba yang diperoleh perusahaan, tetapi juga bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Wedayanti dan Wirajaya (2018) menyatakan bahwa pengungkapan CSR pada saat ini bukan dianggap sebagai biaya, melainkan sudah menjadi aset perusahaan.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Konsep pelaporan *corporate social responsibility* yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability*

development. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, social dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item (www.globalreporting.org) Adapun Penjelasan mengenai indikator GRI-G4 dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 2.1
Indikator-indikator CSR Disclosure menurut GRI G4

| Indikator berdasarkan Aspek | | |
|--------------------------------------|---|--|
| Kategori: EKONOMI | | |
| Kinerja Ekonomi | | |
| EC | 1 | Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan |
| EC | 2 | Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim |
| EC | 3 | Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti |
| EC | 4 | Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah |
| Keberadaan di Pasar | | |
| EC | 5 | Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan |
| EC | 6 | Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan |
| Dampak Ekonomi Tidak Langsung | | |
| EC | 7 | Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan |
| EC | 8 | Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak |

| | | |
|------------------------------|-----------|--|
| Praktik Pengadaan | | |
| EC | 9 | Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan |
| Kategori: LINGKUNGAN | | |
| Bahan | | |
| EN | 1 | Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume |
| EN | 2 | Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang |
| Energi | | |
| EN | 3 | Konsumsi energi dalam organisasi |
| EN | 4 | Konsumsi energi di luar organisasi |
| EN | 5 | Intensitas energy |
| EN | 6 | Pengurangan konsumsi energy |
| EN | 7 | Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa |
| Air | | |
| EN | 8 | Total pengambilan air berdasarkan sumber |
| EN | 9 | Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air |
| EN | 10 | Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali |
| Keanekaragaman Hayati | | |
| EN | 11 | Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung |
| EN | 12 | Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung |
| EN | 13 | Habitat yang dilindungi dan dipulihkan |
| EN | 14 | 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 |
| Emisi | | |
| EN | 15 | Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) langsung |
| EN | 16 | Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) energi tidak langsung |
| EN | 17 | Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) tidak langsung lainnya |
| EN | 18 | Intensitas emisi Gas Rumah Kaca (GRK) |
| EN | 19 | Pengurangan emisi Gas Rumah Kaca (GRK) |
| EN | 20 | Emisi Bahan Perusak Ozon (BPO) |

| | | |
|---|----|---|
| EN | 21 | NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya |
| Efluen dan Limbah | | |
| EN | 22 | Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan |
| EN | 23 | Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan |
| EN | 24 | Jumlah dan volume total tumpahan signifikan |
| EN | 25 | Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional |
| EN | 26 | Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi |
| Produk dan Jasa | | |
| EN | 27 | Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa |
| EN | 28 | Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori |
| Kepatuhan | | |
| EN | 29 | Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan |
| Transportasi | | |
| EN | 30 | Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja |
| Lain-lain | | |
| EN | 31 | Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis |
| Asesmen Pemasok atas Lingkungan | | |
| EN | 32 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan |
| EN | 33 | Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |
| Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan | | |
| EN | 34 | Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi |
| Kategori: SOSIAL | | |
| PRAKTIK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA | | |
| Kepegawaian | | |
| LA | 1 | Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, <i>gender</i> , dan wilayah |

| | | |
|--|----|---|
| LA | 2 | Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan |
| LA | 3 | Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut <i>gender</i> |
| Hubungan Industrial | | |
| LA | 4 | Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama |
| Kesehatan dan Keselamatan Kerja | | |
| LA | 5 | Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja |
| LA | 6 | Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan <i>gender</i> |
| LA | 7 | Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka |
| LA | 8 | Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja |
| Pelatihan dan Pendidikan | | |
| LA | 9 | Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut <i>gender</i> , dan menurut kategori karyawan |
| LA | 10 | Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti |
| LA | 11 | Persentase karyawan yang menerima revaluasi kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut <i>gender</i> dan kategori karyawan |
| Keberagaman dan Kesetaraan Peluang | | |
| LA | 12 | Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut <i>gender</i> , kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya |
| Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki | | |
| LA | 13 | Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan |
| Asesmen Pemasok terkait Praktik Ketenagakerjaan | | |
| LA | 14 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan |
| LA | 15 | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |

| Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan | | |
|--|-----------|--|
| LA | 16 | Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi |
| HAK ASASI MANUSIA | | |
| Investasi | | |
| HR | 1 | Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia |
| HR | 2 | Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih |
| Non-diskriminasi | | |
| HR | 3 | Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil |
| Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama | | |
| HR | 4 | Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut |
| Pekerja Anak | | |
| HR | 5 | Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif |
| Pekerja Paksa atau Wajib Kerja | | |
| HR | 6 | Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja |
| Praktik Pengamanan | | |
| HR | 7 | Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi |
| Hak Adat | | |
| HR | 8 | Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil |
| Asesmen | | |
| HR | 9 | Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia |
| Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia | | |
| HR | 10 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia |

| | | |
|--|-----------|--|
| HR | 11 | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |
| Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manuasi | | |
| HR | 12 | Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal |
| MASYARAKAT | | |
| Masyarakat Lokal | | |
| SO | 1 | Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan |
| SO | 2 | Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal |
| Anti-korupsi | | |
| SO | 3 | Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi |
| SO | 4 | Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi |
| SO | 5 | Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil |
| Kebijakan Politik | | |
| SO | 6 | Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat |
| Anti Persaingan | | |
| SO | 7 | Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya |
| Kepatuhan | | |
| SO | 8 | Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap Undang-Undang dan Peraturan |
| SO | 9 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat |
| SO | 10 | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |
| Asesmen Pemasok atas Dampak terhadap Masyarakat | | |
| SO | 11 | Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi |
| TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK | | |
| Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan | | |
| PR | 1 | Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan |

| | | |
|----------------------------------|----------|--|
| PR | 2 | Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil |
| Pelabelan Produk dan Jasa | | |
| PR | 3 | Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis |
| PR | 4 | Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil |
| PR | 5 | Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan |
| Komunikasi Pemasaran | | |
| PR | 6 | Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan |
| PR | 7 | Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil |
| Privasi Pelanggan | | |
| PR | 8 | Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan |
| Kepatuhan | | |
| PR | 9 | Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa |

Sumber : Global Reporting Initiative (2021)

Instrumen pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* adalah dengan menggunakan pengukuran CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*). Perhitungan Pengungkapan *corporate social responsibility* dilakukan dengan pendekatan dikotomi menggunakan variabel dummy yaitu :

- Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pengungkapan.
- Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pengungkapan.

Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan dengan rumus :

$$CSR_{IJ} = \frac{\sum CSR}{\sum GRI 4}$$

Sumber : Firmansyah (2020)

Keterangan :

- CSRIJ = indeks pengungkapan CSR perusahaan
- $\sum CSR$ = jumlah item pengungkapan CSR yang dipenuhi
- $\sum GRI 4$ = jumlah semua item pengungkapan CSR (91 item)

2.6. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Hikmat *et al.*, (2017) menjelaskan kepemilikan saham manajerial dapat digunakan untuk menyelaraskan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer. Sebagai pemilik perusahaan manajer akan ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer ikut menanggung risiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah.

Untuk mengurangi terjadinya konflik antara prinsipal dan agen dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepemilikan manajerial suatu perusahaan. Secara teoritis ketika kepemilikan manajemen rendah, maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat. Sehingga kepemilikan manajerial terhadap saham perusahaan dipandang dapat

menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen (Fauzia dan Amanah, 2016). Dengan adanya kepemilikan saham manjerial dalam suatu perusahaan akan mendorong penyatuan kepentingan antara prinsipal dan agen sehingga manajer bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Yang akan berdampak pada berkurangnya biaya keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Kepemilikan manajerial diukur sesuai dengan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Dalam melakukan perhitungan kepemilikan manajemen sebuah perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah Saham Manajemen}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

Sumber : Nurkhin *et al* (2017)

2.7. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang meneliti terkait efektifitas pengendalian internal, asimetri informasi, kesesuaian kompensasi, dan kecenderungan kecurangan akuntansi, adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

| No | Nama Penulis dan Tahun | Variabel | | | Hasil Penelitian |
|----|---|---|------------------|------------------------|---|
| | | Independen | Dependen | Moderasi | |
| 1. | <i>The Value Relevance of Corporate Disclosures: Social Responsibility, Intellectual Capital, Corporate Governance</i> Amrie Firmansyah Yusuf (2020) | <i>Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital dan Corporate Governance</i> | Nilai Perusahaan | - | CSR dan <i>Intellectual capital</i> tidak berhubungan dengan relevansi nilai. Tata kelola perusahaan berhubungan positif dengan relevansi nilai. |
| 2. | <i>The Effects of Managerial Ownership on the Relationship between Intellectual capital Performance and Firm Value</i> H. Noradiva A. Paraston A. Azlina (2016) | <i>Intellectual Capital</i> | Nilai Perusahaan | Kepemilikan Manajerial | <i>Intellectual capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara kinerja <i>Intellectual capital</i> dan nilai perusahaan. |
| 3. | Relevansi Struktur Kepemilikan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Barang Konsumsi Ahmad Nurkhin Agus Wahyudin Anisa Septiani Aenul Fajriah (2017) | Struktur Kepemilikan | Nilai Perusahaan | - | Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |

| No | Nama Penulis dan Tahun | Variabel | | | Hasil Penelitian |
|----|--|--|------------------|----------------------|--|
| | | Independen | Dependen | Moderasi | |
| 4. | <i>Corporate Social Responsibility, Ownership Structure, and Firm Value: Evidence from Korea</i> Woo Sung Kim Kunsu Park Sang Hoon Lee (2018) | <i>Corporate Social Responsibility</i> | Nilai Perusahaan | Struktur Kepemilikan | CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. |
| 5. | <i>Intellectual Capital, Firm Value and Ownership Structure as Moderating Variable: Empirical Study on Banking Listed in Indonesia Stock Exchange period 2009-2012</i> Bambang Bemby S Dr. Mukhtaruddin Arista Hakiki Rahmah Ferdianti (2015) | <i>Intellectual Capital</i> | Nilai Perusahaan | Struktur Kepemilikan | <i>Intellectual capital</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan Kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi berpengaruh negatif terhadap hubungan modal intelektual terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional tidak memoderasi pengaruh intelektual modal pada nilai perusahaan. |

| No | Nama Penulis dan Tahun | Variabel | | | Hasil Penelitian |
|----|---|---|------------------|------------------|---|
| | | Independen | Dependen | Moderasi | |
| 6. | Pengaruh Modal Intelektual dan Pegungkapannya terhadap Nilai Perusahaan: Efek Intervening Kinerja Perusahaan Rahma Nurul Aida Evi Rahmawa (2015) | <i>Intellectual Capital</i> | Nilai Perusahaan | - | <i>Intellectual capital</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. <i>Intellectual capital</i> berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. |
| 7. | <i>Corporate Social Responsibility, Product Market Competition, and Firm Value</i> Shahbaz Sheikh (2018) | <i>Corporate social responsibility</i> | Nilai Perusahaan | Persaingan Pasar | CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. persaingan pasar yang tinggi atau fluiditas produk yang tinggi membuat CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan |
| 8. | Karakteristik Perusahaan, Luas Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i> dan Nilai Perusahaan Melinda Ibrahim Eka Zahra Solikahan Arif Widyatama (2015) | Karakteristik Perusahaan, Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i> | Nilai Perusahaan | - | Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSR. Konsentrasi kepemilikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |

| No | Nama Penulis dan Tahun | Variabel | | | Hasil Penelitian |
|-----|---|---|------------------|----------------------------------|--|
| | | Independen | Dependen | Moderasi | |
| 9. | Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> pada Hubungan Antara <i>Sustainability Report</i> dan Nilai Perusahaan Ilham Nuryana Fatchan Rina Trisnawati (2016) | <i>Sustainability Report</i> | Nilai Perusahaan | <i>Good Corporate Governance</i> | <i>Sustainability report</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. GCG sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>sustainability report</i> dan nilai perusahaan |
| 10. | <i>Do Intellectual Capitals Matter to Firm Value Enhancement? Evidences from Taiwan</i> Yensen Ni Yi-Rung Cheng Paoyu Huang (2020) | <i>Intellectual Capital</i> | Nilai Perusahaan | - | <i>Intellectual capital</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 11. | <i>CSR Disclosure, Corporate Governance and Firm Value: a study on GCC Islamic Banks</i> Mohd Shukor Harun Khaled Hussainey Khairul Ayuni Mohd Kharuddin Omar Al Farooque (2020) | <i>Corporate social responsibility</i> , ukuran dewan, komposisi dewan, dualitas CEO | Nilai Perusahaan | - | CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. ukuran dewan, komposisi dewan dan dualitas CEO memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. |

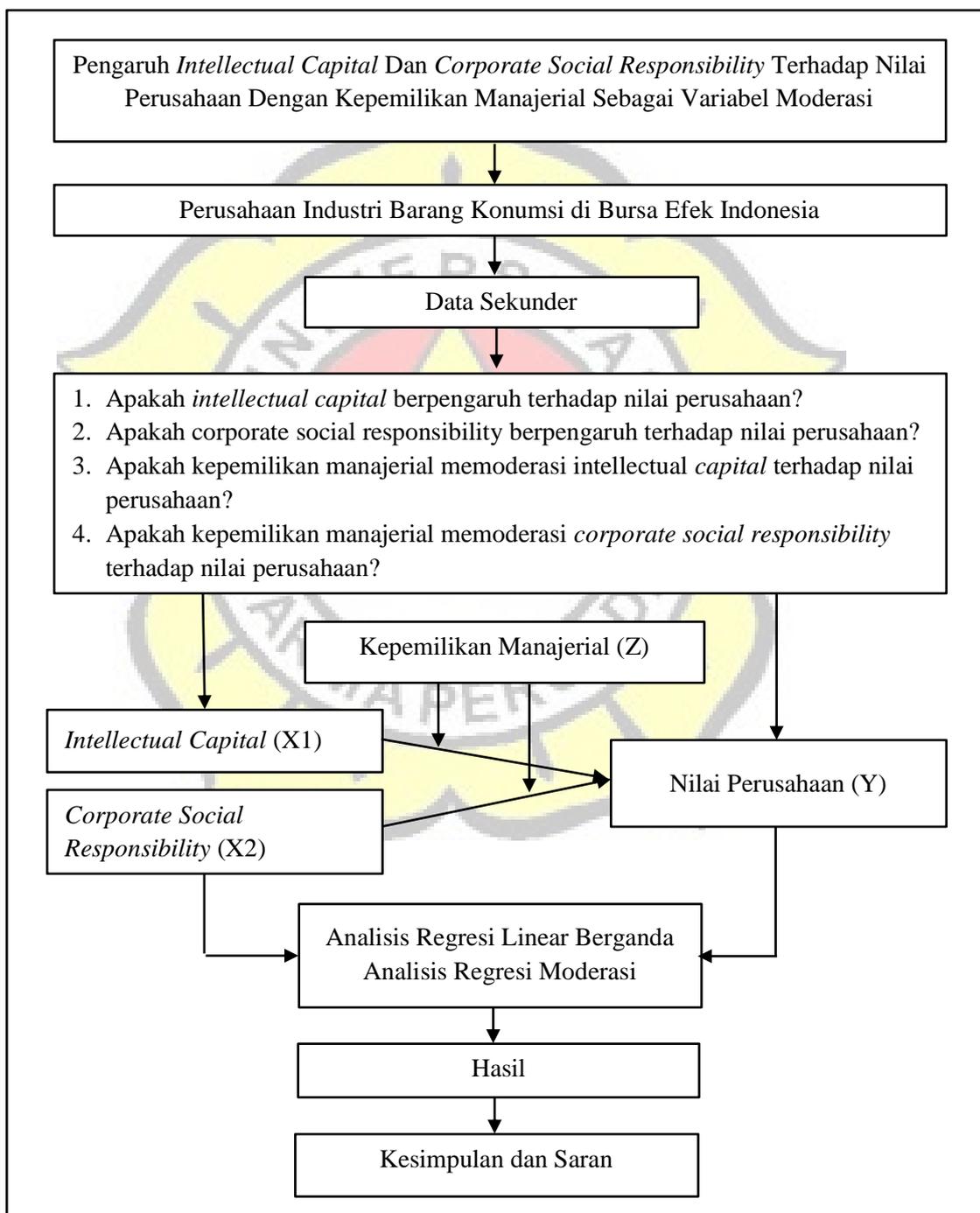
| No | Nama Penulis dan Tahun | Variabel | | | Hasil Penelitian |
|-----|---|---|------------------|--|---|
| | | Independen | Dependen | Moderasi | |
| 12. | Pengaruh Modal Intelektual, Kinerja Keuangan, Investasi pada Riset dan Pengembangan terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI) Wiwin Sukiati Nunung Nuryani Tevi Leviany (2015) | <i>Intellectual Capital, Kinerja Keuangan dan Investasi pada Riset dan Pengembangan</i> | Nilai Perusahaan | Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional | <i>Intellectual capital, kinerja keuangan (profitabilitas) serta investasi pada riset dan pengembangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan (leverage) tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan institusional memperlemah pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan.</i> |
| 13. | <i>The Impact of Corporate Governance on Intellectual capital and Firm Value: Evidence from Indonesia and Malaysia Consumer Goods</i> Saarce Elsy Hatane Adeline Tertia Djajadi Josua Tarigan (2017) | <i>Intellectual capital</i> | Nilai Perusahaan | Tata Kelola Perusahaan (Kepemilikan Manajerial, Ukuran dewan, Komposisi Dewan) | <i>Intellectual capital tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap intellectual capital dan nilai perusahaan. Ukuran dewan dan komposisi dewan tidak berpengaruh signifikan terhadap intellectual capital di Indonesia..</i> |

Sumber : Data Diolah Penulis (2021)

2.8. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta permasalahan yang ada, sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, maka

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Diolah Penulis (2021)

2.9. Hipotesis Penelitian

2.9.1 Pengaruh *Intellectual capital* terhadap Nilai Perusahaan

Resource based theory mengatakan bahwa perusahaan harus mampu mengelola sumber daya yang dimiliki agar dapat bersaing dengan para kompetitornya. Sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dalam mengambil peluang kesempatan dan menghadapi ancaman sehingga perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda dengan perusahaan lain untuk menguasai pasar.

Intellectual capital tergolong dalam keunggulan kompetitif karena merupakan sumber daya yang bernilai, langka, tidak mudah ditiru dan tidak tergantikan sehingga dapat diandalkan bagi perusahaan. Semakin tinggi *intellectual capital* maka nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini dikarenakan Keunggulan kompetitif menyebabkan persepsi pasar meningkat sehingga investor akan memberikan nilai yang tinggi kepada perusahaan dengan berinvestasi lebih tinggi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauzia dan Amanah, 2016; Hikmat *et al.*, 2017; S, Hakiki, dan Ferdianti, 2017; Singla, 2020; Sukiati *et al.*, 2015 menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan temuan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H1 : *Intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.9.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai

Perusahaan

Teori stakeholder mengatakan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri namun harus memberikan manfaat kepada stakeholder-nya. Praktik pengungkapan CSR memainkan peran penting bagi perusahaan. Karena perusahaan berada dalam lingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan.

Fauzia dan Amanah (2016) mengatakan pengungkapan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Berdasarkan uraian diatas secara singkat bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatchan dan Trisnawati., (2016); Fauzia dan Amanah, (2016;) Ibrahim *et al.*, (2015). Dan hasil penelitian Karundeng *et al.* (2016) menyatakan bahwa maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan

apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan.

H2 : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.9.3 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap hubungan antara

***Intellectual Capital* pada Nilai Perusahaan**

Suastini *et al* (2016) menjelaskan bahwa kepemilikan manajerial sering dikaitkan sebagai upaya dalam peningkatan nilai perusahaan karena manajer selain sebagai manajemen sekaligus sebagai *pemilik* perusahaan akan merasakan langsung akibat dari keputusan yang diambilnya sehingga manajerial tidak akan melakukan tindakan yang hanya menguntungkan manajer.

Hubungan kepemilikan manajerial dapat memoderasi hubungan antara *intellectual capital* dan nilai perusahaan dibangun dengan teori stewardship. Hikmat *et al.* (2017) menyatakan secara sederhana teori stewardship menjelaskan meningkatnya kepemilikan manajerial akan membantu pemanfaatan aset perusahaan yang semakin efisien. Noradiva *et al.* (2016) menyatakan bahwa tingkat kepemilikan manajerial yang tinggi telah terbukti meningkatkan kinerja *Intellectual capital* (IC). Hal tersebut berarti bahwa dukungan dan keterlibatan pihak manajemen dalam pengelolaan *intellectual capital* yang dilakukan secara efisien akan meningkatkan kinerja *intellectual capital* itu sendiri sehingga apabila kinerja *intellectual capital* meningkat, hal ini akan meningkatkan persepsi pasar dari nilai perusahaan. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian Noradiva *et al.* (2016) dan Sukiati *et al.* (2015) yang berpendapat kepemilikan manajerial

mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* dan nilai perusahaan dengan arah yang positif.

H3 : Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap hubungan *Intellectual Capital* pada Nilai Perusahaan

2.9.4 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Nilai Perusahaan

Hikmat *et al.* (2017) menjelaskan bahwa Kepemilikan saham manajerial dapat digunakan untuk menyelaraskan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingannya sendiri. Hubungan tersebut secara teori dijelaskan bahwa kepemilikan manajemen yang tinggi dapat mengurangi konflik agensi karena tindakan manajer yang semakin produktif dalam memaksimalkan nilai perusahaan, sehingga manajer akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka meningkatkan image perusahaan.

Pengungkapan CSR dilakukan untuk memaksimalkan modal pemegang saham, reputasi perusahaan, dan kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang, dengan adanya manajer sebagai salah satu pemegang perusahaan diharapkan akan merangsang kinerja manajemen dalam menaikkan nilai perusahaan.

H4 : Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Nilai Perusahaan