

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar modal (*capital market*) adalah pasar keuangan untuk dana-dana jangka panjang dan merupakan pasar yang konkret. Dana jangka panjang adalah dana yang jatuh temponya lebih dari satu tahun. Pasar modal dalam arti yang sempit adalah suatu tempat dalam pengertian fisik yang terorganisasi tempat efek-efek diperdagangkan yang disebut bursa efek. Perkembangan mengenai teknologi harys disampaikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan dari jangka panjang yang seharusnya dicapai oleh perusahaan yang sudah *go public*. Dalam proses memajukan nilai perusahaan akan ada konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbul konflik atau *agency conflict*, hal itu terjadi karena manajer lebih mengutamakan kepentingan pribadi, dan begitupun sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga terjadinya penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham dan menurunkan nilai perusahaan.

Kendala yang harus dihadapi oleh perusahaan untuk memenangkan

persaingan, banyak sekali kendala yang dihadapi oleh perusahaan, salah satunya adalah pendanaan. Keterbatasan sumber daya perusahaan dan keterbatasan akses pada perbankan dalam memperoleh tambahan dana merupakan permasalahan yang sering dihadapi oleh para perusahaan, dengan itu pasar modal memberikan sebuah solusi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam hal pendanaan yaitu dengan cara mengubah status perusahaan dari perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka dengan melalui penawaran saham kepada public (*Go Public*) dan dengan mencatatkan sahamnya di PT Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Tercatat). Penilaian dari investor terhadap perusahaan dapat dilihat dari pergerakan harga saham perusahaan yang dijadikan transaksi di bursa kepada perusahaan yang sudah *go public* (Melani dan Wahidahwati 2017).

Investor dalam melakukan keputusan investasi di pasar modal memerlukan informasi tentang penilaian saham. Terdapat tiga jenis penilaian yang berhubungan dengan saham, yaitu nilai buku (*book value*), nilai pasar (*market value*) dan nilai intrinsic (*intrinsic value*). Nilai buku adalah nilai saham menurut pembukaan emiten. Nilai pasar adalah pembukuan nilai saham pasar dan nilai intrinsic adalah nilai sebenarnya dari saham, dalam hal ini investor memerlukan atau memahami ketiga nilai tersebut untuk informasi penting dalam pengambilan keputusan investasi saham karena hal ini dapat membantu investor untuk mengetahui saham mana yang akan berkembang dan murah (Hidayanti, 2010). Harga saham di masa mendatang dapat diperkirakan melalui berbagai faktor fundamental yang dapat mempengaruhi harga saham,

salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan melihat *price to book value* (PBV) (Marlina, 2013).

Price to book value (PBV) merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Berdasarkan perbandingan tersebut, harga saham perusahaan dapat dilihat diatas atau di bawah nilai bukunya (Purnamaningsih dan Wirawati 2014). Keberadaan PBV sangat penting bagi investor dalam menjalankan strategi bisnisnya.

Price to book value juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative terhadap jumlah modal yang di investasikan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin besar kesejahteraan yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. PBV yang tinggi akan membuat investor percaya terhadap prospek di masaa depan. *Prcie to book value* menunjukan nilai yang diberikan pasar keuangan kepada perusahaan sebagai perusahaan yang bertumbuh, PBV memberikan penilaian akhir yang paling lengkap atas status pasar saham perusahaan. PBV memberikan gambaran mengenai pertumbuhan perusahaan karena PBV dapat memperlihatkan seberapa besar nilai yang diberikan pasar keuangan terhadap perusahaan (Ratnadewi dan Ulupui 2016).

Price to book value adalah indikator penting dalam investasi dan merupakan rasio yang sudah secara luas digunakan di berbagai keuangan dunia. PBV perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kemampuan kinerja yang baik, sehingga akan direspon positif oleh investor. Berbanding terbalik jika PBV perusahaan yang rendah maka dapat menandakan

perusahaan memiliki pertumbuhan yang rendah sehingga hal ini dapat direspon negatif oleh para investor (Awuy, 2016). Semakin tinggi *price to book value* (PBV), semakin baik pasar memandang perusahaan dan prospeknya, hal ini juga dapat dikatakan berhasil untuk perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Perusahaan dengan peningkatan keuntungan yang signifikan akan menunjukkan kinerja yang baik dalam menjalankan bisnisnya, hal ini akan memberikan sinyal yang positif terhadap investor, dimana modal yang mereka tanamkan pada perusahaan, akan membuahkan keuntungan di masa depan, sehingga investor tertarik untuk berinvestasi di dalam perusahaan tersebut, dengan memberikan modal sebagai pembelian saham perusahaan.

Menurut data yang diperoleh dari situs resmi BEI www.idx.co.id per tahun 2023 tercatat sebanyak 890 perusahaan yang terdaftar di BEI, terdapat beberapa perusahaan di Indonesia yang sudah go public dengan pencapaian penjualan saham yang tinggi. Harga saham merupakan harga yang terjadi saat saham diperdagangkan di pasar modal. Semakin banyak saham yang terjual, semakin tinggi pula kepercayaan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan membuat kepercayaan pasar meningkat tidak hanya saat ini tetapi juga pada prospek di masa depan, dengan menjadikan perusahaan *go public*, setiap peningkatan kinerja perusahaan, akan mempunyai dampak terhadap saham di BEI, oleh sebab itu tidak sedikit para investor untuk menanamkan modalnya pada bursa efek.

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengawali awal tahun 2023 dengan kabar yang tidak baik, secara *year to date* atau periode sejak januari hingga mei 2023, IHSG melemah dan berada di level 6,633 atau anjlok 3,17% capaian ini lebih rendah dibandingkan pertumbuhan pada tahun 2022 yang sebesar 4,09% yang sempat menyentuh level tertinggi pada 13 september 2023 di level 7,318 penurunan yang terjadi dapat menurunkan minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga permasalahan tersebut menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti dengan tujuan apakah fluktuasi yang sebelumnya dialami oleh perusahaan dapat dipulihkan oleh faktor-faktor tertentu.

Namun hasil penelitian terdahulu juga banyak yang menunjukkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi besarnya minat investor untuk berinvestasi. Perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya alam dan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan dengan tidak beraturan, hal itu akan berdampak secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan bisnis tidak sesuai dengan norma yang merugikan investor dan *stakeholder* (Zarlia dan Salim, 2014). Investasi yang dilakukan investor dalam memperhatikan prospek perusahaan dengan mengukur kinerja suatu perusahaan dan informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, hal ini membuat perusahaan dihadapkan dengan *triple bottom of line*: pengungkapan aspek keuangan, sosial dan lingkungan secara bersamaan (Putra dkk., 2015).

Investor mempertimbangkan beberapa faktor dalam pengambilan keputusan investasi, yaitu faktor keuangan dan faktor non keuangan dari

perusahaan, faktor keuangan adalah faktor utama yang mempengaruhi prospek perusahaan di masa depan. Faktor keuangan mencerminkan tentang bagaimana perusahaan dalam memperoleh dana serta menggunakan dana tersebut sehingga dalam penggunaannya dapat menguntungkan perusahaan. Faktor keuangan yang dimaksud adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan (Wiagustini, 2010:76). Profitabilitas sangat penting dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan untuk jangka panjang, hal ini disebabkan karena profitabilitas menunjukan prospek perusahaan di masa yang akan datang, dalam pengelolaan memperoleh laba yang maksimal, seorang manajer harus bekerja dengan baik sehingga perusahaan mendapat laba yang besar dengan mengeluarkan biaya yang kecil. Semakin besar laba yang diperoleh perusahaan akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Indrayani, dkk (2021), Rossa, dkk (2023), Ali, dkk (2021), Fidiana (2024), dan Aryani (2023) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh rahmantari (2019), Muahramah dan Hakim (2021), Faroji, dkk (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor non keuangan juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kinerja perusahaan yang memiliki dampak pada citra perusahaan sehingga berdampak pada pandangan investor terhadap prospek perusahaan kedepannya. Faktor non keuangan yang dimaksud ialah *corporate social*

responsibility (CSR). *Corporate Social responsibility* merupakan salah satu faktor non finansial yang perlu dipertimbangan oleh manajemen dalam meningkatkan *corporate value*. Sutopoyudo (2009) menyatakan bahwa saat ini penggunaan CSR bagi perusahaan tidak hanya dianggap sebagai biaya, tetapi juga merupakan investasi bagi perusahaan. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI) Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (PT) dan UU RI Nomor 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman Modal, CSR merupakan suatu kewajiban. Mengacu pada UU Perseroan Terbatas, bagi perseroan yang usahanya bersangkutan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan CSR. Hal tersebut sejalan dengan UU Penanaman Modal yang mewajibkan penanam modal untuk menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Regulasi yang telah diatur oleh pemerintah, mau tidak mau mewajibkan setiap perusahaan (*high profile* maupun *low profile*) yang terdaftar di Bursa Efek melaksanakan dan mempublikasikan CSR (Umbara dan Suryanawa, 2014).

Corporate Social responsibility merupakan suatu tanggungjawab perusahaan yang didasari pada tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* yang terdiri dari *profit*, *people* dan *planet* (Pramukti et al, 2019). *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan (Pérez, 2015). Ketidakmampuan perusahaan mendapatkan manfaat dari aktivitas CSR memang tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek, sehingga menimbulkan asumsi bahwa aktivitas CSR hanya sekedar pemborosan dan mengurangi keuntungan yang

diperoleh oleh perusahaan, begitu pula para pemangku kepentingan yang hanya melihat perusahaan dalam jangka pendek saja sehingga tidak menjadikan CSR sebagai salah satu hal penting dalam pengambilan keputusan. (Kustono dan Sayekti, 2017).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan bagian penting dalam perusahaan, yang dapat digunakan sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat meningkatkan keuntungan melalui penjualan saham. Pengungkapan CSR dilandasi oleh adanya *stakeholder theory*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan menggunakan CSR untuk meningkatkan status mereka, memberikan informasi kepada pemangku kepentingan mengenai kegiatan yang dilakukan dan melepaskan kontrak sosial antara perusahaan dan organisasi (Matuszak dan Rozanska, 2017). Semakin kuat *stakeholder* maka akan semakin besar pula usaha perusahaan untuk beradaptasi. Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor melalui pengungkapan informasi berupa aspek keuangan dan aspek non keuangan dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmantari, dkk (2019), Aryani (2023), Fidiana (2024), Yuliyanti (2019), Sulbahri (2021) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Naraswari (2021), Rahmantari (2020), Rahmantari (2019) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap

nilai perusahaan.

Perbedaan penemuan penelitian terkait dengan pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan menunjukkan adanya *research gap*, sehingga diperlukan adanya penelitian kembali. Ketidakjelasan hasil dari penelitian sebelumnya mendorong peneliti untuk menduga bahwa terdapat pengaruh variabel lain yang tidak terkontrol oleh peneliti sebelumnya yang disebabkan adanya pengaruh dalam memoderasi hubungan profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan yaitu *good corporate governance*.

Good Corporate Governance (GCG) pada dasarnya merupakan suatu sistem (*input, proses, output*) dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi demi tercapainya tujuan perusahaan. GCG dimasukkan untuk mengatur hubungan-hubungan dan mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi perusahaan dan untuk memastikan bahwa kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera. Zarkasyi, (2008). *Good Corporate Governance* (GCG) dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan. GCG dinilai mampu mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan profesional. Menurut Effendi (2009). Implementasi prinsip-prinsip GCG dinilai sangat penting dalam perusahaan hal ini disebabkan penerapan prinsip-prinsip yang dilakukan secara

konsisten diperusahaan akan menarik para investor, baik domestik maupun asing.

Konsep *corporate governance* timbul karena adanya keterbatasan dari *Agency theory* dalam mengatasi masalah keagenan. Definisi GCG menurut FCGI (*Forum for Corporate Governance in Indonesia*) adalah “seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara tanggung jawab terhadap nilai perusahaan (*corporate value*) yang hanya dijelaskan ke dalam kondisi keuangan, namun harus juga menggunakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara ber-kelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan nilai pasar yang tercermin dalam harga saham. Harga saham penting untuk diperhatikan karena tidak pernah tetap, kadang naik, kadang turun, jika harga saham di pasar modal naik, maka perusahaan akan mencapai nilai maksimal dan kemakmuran pemegang saham juga meningkat sehingga tujuan perusahaan tercapai, dan begitu juga sebaliknya. Harga saham dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas pengungkapan CSR. Investor cenderung lebih tertarik dengan perusahaan yang melaksanakan *Corporate social responsibility* sebagai tempat penanaman modal karena semakin tinggi kualitas CSR maka kelangsungan hidup perusahaan lebih

terjamin.

Berdasarkan uraian diatas terdapat fenomena dan ketidakpastian hasil penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik meneliti ulang dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pemeringkatan CGPI Tahun 2020-2023.**

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia?
- 2) Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia?
- 3) Apakah *good corporate governance* memperkuat pengaruh pengungkapan profitabilitas
- 4) Apakah *good corporate governance* memperkuat pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia?

1.3 Tujuan penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia
- 2) Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan di bursa efek Indonesia
- 3) untuk mengetahui *good corporate governance* memperkuat pengaruh

profitabilitas pada nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

- 4) Untuk mengetahui *Good Corporate Governance* memperkuat pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadikan bahan informasi serta dapat menambah wawasan dalam mengkaji dan mengembangkan pemikiran bagi mahasiswa yang melakukan penelitian dengan topik yang sejenis.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi mengenai nilai perusahaan pada bursa efek Indonesia, serta menjadi bahan informasi untuk memberikan gambaran mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga dapat membantu investor dalam menambah informasi sehubungan dengan pengambilan keputusan investasi pada perusahaan yang termasuk pemeringkatan CGPI yang terdaftar di BEI. Dengan pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam

menciptakan nilai perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai pertimbangan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal berakar pada teori akuntansi pragmatic yang memusatkan perhatiannya terhadap pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku pemakai informasi. *Signalling theory* memaparkan mengenai reaksi yang dikemukakan oleh para investor atas sinyal yang diterima oleh perusahaan berupa berbagai informasi (Prajanto & Pratiwi, 2017). Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi terhadap pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus menentukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh *users* seperti; *banker*, para analisis, dan pihak yang terlibat (Retno dan Priantinah).

Teori sinyal dapat memberitahu perusahaan untuk memberikan informasi ke pihak eksternal. Manajemen mengetahui lebih banyak informasi mengenai kinerja perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pihak eksternal itu sendiri. Perusahaan harusnya mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal untuk memperkecil asimetri informasi, baik berupa informasi keuangan maupun non keuangan sehingga dapat mengurangi ketidakpastian terhadap kinerja keuangan di masa depan. Pada teori sinyal, manajer berperan

sebagai pihak yang memberikan informasi bahwa perusahaan akan memperoleh keuntungan, maka investor akan memperoleh insentif bilamana investor mempercayai informasi tersebut. Hal ini akan memberikan pengaruh peningkatan nilai saham dan memberikan keuntungan terhadap investor dan manajer.

Penelitian ini didukung dengan adanya teori sinyal, teori sinyal memaparkan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal positif terhadap investor melalui pengungkapan berupa aspek keuangan.

2.1.2 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder theory, perusahaan bukan hanya entitas yang hanya beroperasi dalam kepentingan sendiri dan hanya berorientasi pada keuntungan semata, tapi harus dapat memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya* yang terdiri dari pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak-pihak lain (Lindawati dan Puspita, 2015). Karena itu dukungan *stakeholder* sangat amat mempengaruhi keberadaan sebuah perusahaan. Tanggung jawab sebuah perusahaan yang awalnya hanya diukur dari indikator ekonomi, harus digeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial, secara internal maupun eksternal.

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa organisasi akan senantiasa memilih secara sukarela dalam mengungkapkan informasi mengenai kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual dalam memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang disebut *stakeholder* (Nahda dan Harjito, 2011). *Stakeholder* mempunyai hak untuk meningkatkan citra dalam perusahaan, *stakeholder* juga

memiliki hak untuk tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan (Fauzi dan Alamsyah, 2016)

Penelitian ini didukung dengan teori *stakeholder*, teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan menggunakan pengungkapan *corporate social responsibility* untuk meningkatkan sttus perusahaan, memberikan informasi kepada pemangku kepentingan mengenai kegiatan perusahaan dan melepaskan kontrak sosial antara perusahaan dan organisasi

2.1.3 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan dikembangkan oleh Michael C. Jansen dan William H. Meckling. Teori ini merupakan sebuah teori yang berkaitan dengan hubungan principal (*Principal*). *Principal* mendeklarasikan suatu tanggung jawab pengambilan keputusan kepada manajer sesuai dengan kontrak kerja. Tugas, wewenang, hak dan tanggung jawab *agent* dan *principal* yang diatur dalam kontrak kerja yang disepakati sebluumnya Teori ini diturunkan langsung dari sinergi teori ekonomi, keputusan teori, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori keagenan mejelaskan bahwa adanya hubungan antara pihak yang memberi wewenang, yaitu investor, dan manajer (Harahap,2018). Hubungan antara *principal* dan *agent* merupakan hal mendasar bagi prospek penerapan *corporate governance* secara luas.

Menurut Moeljano (2005:27), teori agensi merupakan teori yang menekankan pentingnya pemilik perusahaan dalam menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga profesional (*agent*) yang lebih memahami cara dalam menjalankan usaha. Terjadinya masalah hubungan antara *agent* dan

principal terjadi ketika manajer tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham (Gantino,2016).

Konflik kepentingan antara pemilik dan agen terjadi karena kemungkinan agen selalu berbuat sesuai dengan kepentingan pemilik sehingga memicu terjadinya biaya keagenan. Manajer secara moral bertanggung jawab secara optimal dalam mendapatkan keuntungan bagi para pemilik dan teruntuk imbalannya akan mendapatkan kompensasi sesuai dengan kontrak yang berlaku. Konflik kepentingan antara agen dan pemilik dapat dikurangi dengan mekanisme yang tepat untuk menyesuaikan berbagai kepentingan yang ada di dalam perusahaan dengan menerapkan *good corporate governance* (Nahda dan harjito., 2011).

Penelitian ini didukung oleh teori keagenan, dimana teori keagenan digunakan karena adanya konflik kepentingan di dalam perusahaan, masing-masing pihak ingin mencapai kemakmuran diri sendiri, adanya konflik ini membuat *good corporate governance* sebagai pengawasan.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba dalam satu periode tertentu. Rangkuti, (2008) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah suatu analisa yang digunakan dalam mengendalikan laba yang diperoleh oleh sebuah perusahaan. Dalam sebuah perusahaan harus memperoleh laba agar dapat terus bertumbuh dan berkembang untuk jangka waktu yang lama. Profitabilitas ialah ukuran sampai seberapa besar efektifitas manajemen dalam mengelola *asset* dan modal yang dimiliki perusahaan untuk

menghasilkan laba dari aktivitas yang dilakukan perusahaan pada periode akuntansi tertentu. Perusahaan yang memiliki profitabilitas atas tingkat investasi maka digunakan utang yang relative sedikit.

Investor menggunakan profitabilitas untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai atas saham yang dimiliki. Kreditur menggunakan profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar pokok dan bunga pinjaman kreditor, maka semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi minat para investor dan calon investor dalam menanamkan modalnya.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar atau kecilnya keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan melakukan investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitas maka akan semakin baik dalam menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan dalam sebuah perusahaan. (Fahmi, 2010).

Untuk mengukur tingkat profitabilitas yaitu dengan cara *Return On assets* (ROA). Roa ialah perbandingan laba sebelum pajak dengan total aktiva (*Assets*) pada periode yang sama. (Dewi, 2016). ROA merupakan suatu ukuran tentang aktivitas manajemen dan investasinya. Hasil pengembalian investasi menunjukkan produktifitas dari semua dana dalam perusahaan, mulai dari modal pinjaman maupun modal sendiri. Jika semakin rendah rasio yang diperoleh maka akan semakin kurang baik perusahaan itu dimata investor, namun sebaliknya jika semakin tinggi rasio yang digunakan maka semakin baik

perusahaan, dapat disimpulkan bahwa rasio digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan perusahaan (Kasmir, 2012).

2.1.5 *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk membicarakan perusahaan dengan *stakeholder* dan diutamakan bahwa pengungkapan CSR merupakan jalan, dimana beberapa organisasi menggunakan untuk memperoleh keuntungan (Badjuri, 2011). Pengungkapan *corporate social responsibility* dijelaskan sebagai ketentuan dari informasi keuangan dan non keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan sosial dan fisiknya sebagaimana yang dipaparkan dalam laporan tahunan perusahaan yang terpisah. Pengungkapan *corporate social responsibility* mencakup detail mengenai lingkungan fisik, energi, sumber daya manusia, produk dan masalah keterlibatan oknum masyarakat (badjuri, 2011). Pengungkapan *corporate social responsibility* juga menjelaskan sebagai proses yang digunakan oleh perusahaan untuk pengungkapan informasi yang berkaitan dengan kegiatan dalam perusahaan dan dampaknya terhadap sosial lingkungan, sosial, dan kondisi masyarakat sekitar (Khafid dkk., 2018).

Corporate social responsibility umumnya berkisar pada tiga hal pokok, yaitu: Pertama, bersifat sukarela (*Voluntary*) dimana perusahaan membantu dalam mengatasi masalah sosial dan lingkungan, oleh karena itu perusahaan bebas ingin atau tidaknya melakukan hal ini; Kedua, institusi *profit* (Keuntungan), perusahaan menyisihkan sebagian dari keuntungan untuk

kegiatan sosial dan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi. Ketiga, CSR sebagai sebuah kewajiban (*obligation*) dimana perusahaan ingin menghilangkan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat. *Corporate social responsibility* tidak hanya pemerintah melalui kebijakan publik, tetapi juga perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial.

2.1.6 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan yang diprosikan kedalam *Price to book value* (PBV). *Price to book value* adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham, dari perbandingan yang dijelaskan, harga saham perusahaan dapat diketahui ketika berada di atas atau di bawah nilai bukunya, oleh karena itu, keberadaan PBV sangat amat penting untuk para investor dalam menentukan strateginya. Sedikit tidaknya keputusan investasi di dalam pasar modal dilandaskan pada perkembangan PBV. *Price to book value* yang tinggi akan membuat para investor percaya atas prospek kerja perusahaan di masa depan (Mahardika dan Roosmawarni, 2016). Para investor dapat mempertimbangkan rasio dalam pasar modal seperti rasio harga terhadap nilai bukunya (*Price to book value*) yang biasa disebut PBV, untuk membedakan saham yang harganya wajar, terlalu tinggi, atau terlalu rendah.

Rasio harga pasar suatu saham terhadap nilai bukunya memberikan pandangan investor dari perusahaan. Rasio ini digunakan sebagai nilai mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi sebagai perusahaan yang terus menerus tumbuh. Semakin tinggi *Price to book*

value maka akan semakin berhasil perusahaan dalam menghasilkan nilai bagi pemegang saham. Menganalisis harga saham dapat menggunakan rasio keuangan yang sering dijelaskan dengan profitabilitas untuk mengukur kinerja perusahaan. *Price to book value* digunakan untuk mengukur kinerja saham terhadap nilai bukunya. PBV digunakan sebagai gambaran tentang pertumbuhan perusahaan karena PBV dapat menunjukkan seberapa besar nilai yang diberikan oleh pasar keuangan pada perusahaan (Ratnadewi dan Ulupui, 2016).

2.1.7 ***Good corporate Governance (GCG)***

Good corporate governance (GCG) merupakan sistem dan struktur yang baik untuk mengelola perusahaan guna meningkatkan nilai pemegang saham sebagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (*stakeholder*) seperti; pemegang saham, konsumen, pekerja, pemerintah dan masyarakat luas. Perusahaan yang mempunyai tata kelola yang baik dianggap alat memberikan kepercayaan terhadap investor bahwa para investor akan mendapatkan pengembalian uang yang telah mereka investasikan.

Good corporate governance pada umumnya berkaitan dengan bagaimana semua *stakeholder* memastikan para manajer dan karyawan internal terus berkordinasi dan melindungi kepentingan pemegang saham. GCG juga terkait mengenai berbagai pemegang saham dan pemangku kepentingan, manajemen, dan dewan direksi berkomunikasi dalam kinerja perusahaan. Implementasi GCG akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, meningkatkan kepercayaan investor, dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Tujuan utama dari GCG adalah untuk menciptakan sistem pengendalian dan keseimbangan guna mencegah penyalahgunaan profit dan sumber daya perusahaan dan bisa untuk mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan (Christiawan dan Tertius, 2019). Implementasi GCG akan meningkatkan minat investor dan kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya (Titisari., dkk 2019)

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Adapun beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini:

Indrayani, dkk. (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Akuntansi Lingkungan, Leverage, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. Objek pada penelitian ini adalah data laporan keuangan dan laporan tahunan pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015-2019. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, kebijakan deviden, akuntansi lingkungan, leverage, dan likuiditas. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, kebijakan deviden, akuntansi lingkungan, dan likuiditas berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Rossa, dkk. (2023) melakukan penelitian tentang pengaruh Likuiditas, profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, ukuran perusahaan dan Struktur Modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI

periode 2019-2021. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran perusahaan, dan struktur Modal. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Sedangkan Struktur modal berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ali, dkk. (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas (ROE) dan NPM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Fidiana. (2024) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian adalah profitabilitas dan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

profitabilitas dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Aryani. (2023) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor batu bara yang terdaftar di BEI. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas dan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Muahrahmah dan Hakim. (2021) melakukan penelitian mengenai ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sector property, real estate, dan konstruksi pada BEI periode 2016-2019. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas, sedangkan variabel dependent dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan leverage berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Faroji, dkk. (2021) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan sector industry barang konsumsi di bursa efek indonesia periode 2017-2019. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, sedangkan variabel

dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh negative dan ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Rahmantari, dkk. (2019) melakukan penelitian pada perusahaan farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2014-2017 dengan menggunakan variabel independen corporate social responsibility, variabel moderasi ukuran perusahaan dan profitabilitas, dan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis moderasi regression. Hasil penelitian diperoleh bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antar perusahaan. Tanggung jawab sosial (CSR) dan nilai perusahaan, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan nilai perusahaan.

Yuliyanti. (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah GCG dan CSR, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GCG dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sulbahri. (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh *corporate social*

responsibility pada nilai perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Naraswari. (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, dan variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *good corporate governance*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, sedangkan *good corporate governance* memperkuat pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan

Vitaningrum dan ambarawati. (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah likuiditas dan profitabilitas, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan,

sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Karina. (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR dan GCG, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *good corporate governance* sebagai pemoderasi memperlemah hubungan antara *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.

Meha. (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2018. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR dan kinerja keuangan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Bhebe dan Nuryana. (2019) melakukan penelitian tentang pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* dan profitabilitas, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang

digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dapat memperkuat hubungan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan variabel profitabilitas, dan *corporate social responsibility*. Perbedaan penelitian ini dengan periode sebelumnya yaitu sampel ini menggunakan perusahaan yang masuk kedalam pemeringkatan CGPI periode 2020-2023.

