

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dunia bisnis berada pada tahapan global yang sangat terbuka dengan perubahan yang sangat cepat dan persaingan yang demikian ketat. Hal tersebut dapat dibuktikan dari perkembangan pengetahuan, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta perkembangan arus informasi yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan. Sejalan dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat di era globalisasi ini setiap perusahaan melalui kegiatan operasinya akan selalu berusaha mencapai tujuannya. Tujuan didirikannya suatu perusahaan pada umumnya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Setiap perusahaan pasti selalu berupaya dalam meningkatkan keunggulan bisnisnya dan mempertahankan nilai perusahaan. Bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaan tercermin dari permintaan dan penawaran yang terjadi pada Bursa Efek. Pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada investor maupun calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif dalam berinvestasi.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Pertwi, 2012) .Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga

pada prospek perusahaan kedepannya. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan. Sehingga, kemakmuran dari pemilik dan pemegang saham sebagai tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan harapan sebelumnya.

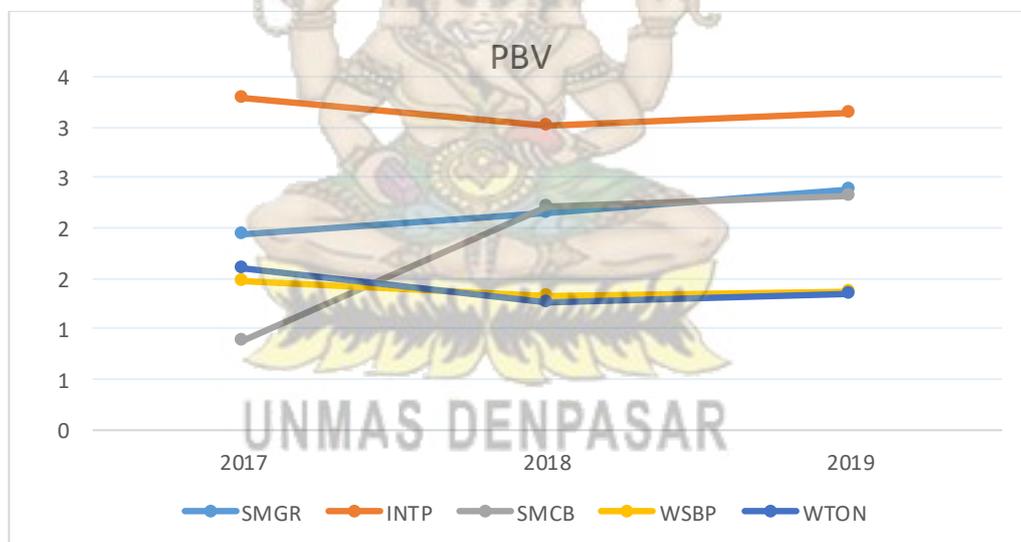
Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan. Sebelum seorang investor berinvestasi pada sebuah perusahaan, investor akan membuat penilaian saham terlebih dahulu berdasarkan informasi yang didapatkan dari pasar modal. Kusumajaya (2017) mengatakan bahwa terdapat tiga jenis penilaian yang berhubungan dengan saham, yaitu nilai buku (*book value*), nilai pasar (*market value*) dan nilai intrinsik (*intrinsic value*). Nilai buku adalah nilai saham menurut pembukuan emiten. Nilai pasar merupakan pembukuan nilai saham di pasar saham sedangkan nilai intrinsik merupakan nilai sebenarnya dari saham tersebut. Tujuan dari penilaian sebuah perusahaan agar investor mengetahui dan memahami nilai tersebut sebagai informasi untuk membantu investor dalam mengambil keputusan investasi dimana investor dapat tahu mana saham yang menguntungkan dan tidak menguntungkan.

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satu proksi yang dapat digunakan adalah *price book value* (PBV) atau membandingkan harga per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Disamping itu investor juga akan menilai prospek perusahaan di masa yang akan datang. Industri manufaktur merupakan salah satu industri yang memiliki prospek bagus dan menjanjikan untuk masa yang akan datang. Dengan adanya prospek bisnis yang menjanjikan maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para investor untuk menanamkan modalnya.

Berdasarkan data index saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, terdapat fenomena dari beberapa perusahaan manufaktur sub sektor semen yang memiliki rata rata rasio *price to book value* yang besar maupun kecil, sehingga rata-rata dari rasio tersebut nilainya menjadi fluktuatif setiap tahunnya. Hal ini yang membuat perlunya penelusuran atas faktor-faktor yang mempengaruhi nilai rasio yang fluktuatif tersebut. Berikut adalah data yang diperoleh dari bursa efek Indonesia tahun 2017 – 2019.

Gambar 1.1

Fenomena *Price to Book Value* (PBV) Pada Perusahaan Sub Sektor Semen Tahun 2017 – 2019



Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah oleh penulis (2021)

Dari gambar 1.1 diatas, menggambarkan pergerakan PBV yang mempengaruhi suatu nilai perusahaan tahun 2017 – 2019. Dimana PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR) pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan dari 1,93 menjadi 2,15. Pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 2,15 menjadi 2,37. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa secara teori nilai perusahaan PT.

Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR) dikatakan baik karena nilai PBV-nya diatas 1. Sedangkan PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (INTP) yang mengalami penurunan pada tahun 2017-2018 dari 3,29 menjadi 3,01 dan pada tahun 2018- 2019 mengalami kenaikan dari 3,01 menjadi 3,13 . Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dari PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk dalam keadaan baik karena nilai PBVnya diatas 1. Pada PT Holcim Indonesia Tbk (SMCB) nilai PBV pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan dari 0,87 menjadi 2,21 dan terus mengalami kenaikan sampai pada tahun 2019 nilai PBVnya sebesar 2,32 yang berarti nilai dari perusahaan PT. Holcim Indonesia Tbk (SMCB) dalam keadaan baik karena nilai PBV diatas 1. Sedangkan pada PT. Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) pada tahun 2017-2018 nilai PBV nya mengalami penurunan dari 1,47 menjadi 1,33 dan pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 1,33 menjadi 1,36. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) tahun 2019 dalam keadaan baik karena nilai PBV diatas 1. Selanjutnya, pada PT Wijaya Karya Beton Tbk (WTON) pada tahun 2017-2018 nilai PBVnya mengalami penurunan dari 1,59 menjadi 1,25 sedangkan pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 1,25 menjadi 1,34. Walaupun demikian nilai perusahaan dari PT Wijaya Karya Beton Tbk (WTON) tetap dikatakan baik karena nilai PBV masih diatas 1.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi dengan harga saham yang tinggi atau rendah. Apabila harga saham tinggi maka nilai perusahaan juga akan ikut tinggi begitu pula sebaliknya apabila harga saham rendah maka nilai suatu perusahaan akan ikut turun.

Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan – perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga industri manufaktur merupakan penopang utama perkembangan industri di suatu negara. Dengan demikian, perkembangan industri manufaktur secara tidak langsung dapat digunakan untuk melihat perkembangan perekonomian secara nasional. Namun, banyaknya perusahaan manufaktur dengan kondisi perekonomian saat ini memicu persaingan usaha yang ketat antar perusahaan. Persaingan ini tercermin dari upaya perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan yakni meningkatkan nilai dari perusahaan. Dengan kata lain perusahaan akan berlomba untuk menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Di tengah persaingan dunia usaha yang sangat ketat perusahaan dituntut untuk bisa semakin maksimal dalam pemanfaatan sumber sumber alam dan masyarakat sosial. Tentunya pemanfaatan tersebut bertujuan untuk tetap menjaga eksistensi perusahaan dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan sejenis khususnya. Tapi sangat disayangkan terkadang pemanfaatan sumber sumber yang ada tidak dibarengi dengan menjaga sumber sumber tersebut. Pada saat ini banyak perusahaan yang semakin berkembang, yang diiringi pula dengan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya terjadi. Maka dari itu di masa sekarang ini banyak perusahaan yang mulai sadar akan dampak negatif tersebut sehingga mulai mengembangkan suatu konsep *Corporate Social Responsibility*.

Corporate Social Responsibility (CSR) sendiri pada saat ini merupakan hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan untuk mempertanggungjawabkan kegiatan

operasional perusahaan yang berdampak pada lingkungan dan masyarakat sosial. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan. Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Menurut Luo, *et al.*, (2013), teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari inisiasi perusahaan secara sukarela dalam mengungkapkan laporan CSR. Teori legitimasi merupakan suatu sistem yang mengutamakan kepentingan masyarakat atau lebih memihak kepada masyarakat. Pengungkapan CSR diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Fauzi, dkk. (2016) meneliti tentang pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dimana hasil dari penelitian ini CSR berpengaruh

positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya penelitian Karundeng, *et al.*, (2017) serta Khasanah dan Sucipto (2020) mengenai analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dimana hasil dari penelitian ini mengungkapkan tidak adanya pengaruh antara CSR dan nilai perusahaan.

Selain CSR indikator lain yang dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur nilai suatu perusahaan adalah GCG. Praktik dan pengungkapan CSR merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep GCG. Pada prinsipnya perusahaan perlu memperhatikan kepentingan stakeholder-nya, sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerja sama yang aktif dengan stakeholder demi keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Mekanisme GCG di perusahaan dapat dijadikan sebagai infrastruktur pendukung terhadap praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia, dengan adanya mekanisme GCG dapat mengurangi asimetri informasi. Konsep dari GCG dilatarbelakangi oleh masalah pemisahan antara kepemilikan dengan pengelolaan di dalam perusahaan, yang selanjutnya dimodelkan dengan *agency theory*.

Mekanisme *corporate governance* meliputi banyak hal, seperti jumlah dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran dewan direksi, dan keberadaan komite audit. Dengan adanya salah satu mekanisme GCG ini diharapkan monitoring manajer perusahaan dapat lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan akan berdampak juga dengan nilai perusahaan. Jadi jika perusahaan menerapkan sistem GCG diharapkan kinerja tersebut akan meningkat lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator

dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai (Wardoyo dan Veronica, 2013).

Penelitian Khasanah dan Sucipto (2020) mengenai Pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa GCG berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian tersebut Efriyenti (2018) mengungkapkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara GCG (komisaris independen) terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan dua penelitian sebelumnya Hidayah (2020) dalam penelitiannya “Pengaruh Pengungkapan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan” mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif antara GCG dan nilai perusahaan,

Pada penelitian ini menggunakan GRI (*Global Reporting Initiative*) yaitu versi 4 tahun 2015, terdapat 6 indikator kinerja yaitu ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial masyarakat dan tanggung jawab produk dan pengukuran GCG menggunakan komite audit dan sampel penelitian mengambil perusahaan manufaktur dan juga menambahkan variabel yaitu *Return On Asset* (ROA) dan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. ROA adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva, dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik investor dan akan meningkatkan nilai perusahaan Alasan ditambahkannya ROA pada penelitian ini diharapkan dapat mempengaruhi hubungan GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan, yang dimana apabila nilai ROA pada suatu perusahaan tinggi maka akan menguatkan hubungan antar variabel

dan sebaliknya, apabila ROA rendah maka akan memperlemah hubungan antar variabel.

Pada penelitian ini juga menambahkan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yang diharapkan dapat mempengaruhi hubungan GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Apabila ukuran perusahaan besar dan mempunyai potensi untuk terus tumbuh maka akan mendatangkan tingkat profit mendatang, kemudahan dalam pembiayaan yang mana hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan akan menjadi informasi yang sangat penting bagi investor. Selain itu, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan dengan aset yang semakin lama semakin besar tidak hanya harus bertanggung jawab kepada investornya saja melainkan kepada *stakeholder* lainnya juga. Oleh sebab itu demi menjaga kelangsungan hidup perusahaan, perusahaan besar akan memperhatikan dampak usahanya terhadap sosial dan lingkungan. Selain itu perusahaan besar juga lebih menjadi sorotan public sehingga mendorong perusahaan untuk menerapkan struktur *corporate governance* yang baik pendanaan tetap stabil. Oleh karena dari itu apabila ukuran perusahaan besar akan menguatkan hubungan antar variabel dan

sebaliknya, apabila ukuran perusahaan kecil akan memperlemah hubungan antar variabel.

Sampel dari penelitian ini mengambil objek Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur sendiri dipilih karena kegiatan bisnisnya bersinggungan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang mana akan berdampak langsung dengan lingkungan. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dalam suatu medium proses untuk mengubah barang mentah menjadi barang jadi untuk dijual.

Sehubungan dengan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasinya (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019)”**



1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2017-2019?
- 2) Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2017-2019?

- 3) Apakah Profitabilitas memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?
- 4) Apakah Profitabilitas memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?
- 5) Apakah Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?
- 6) Apakah Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2017-2019.
- 2) Untuk mengetahui apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2017-2019.
- 3) Untuk mengetahui apakah Profitabilitas memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan

pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.

- 4) Untuk mengetahui apakah Profitabilitas memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.
- 5) Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.
- 6) Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

- 1) Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian dapat memberikan kontribusi atau referensi pada pengembangan teori mengenai *corporate social responsibility, good corporate governance*, profitabilitas dan ukuran perusahaan yang diterapkan pada suatu perusahaan serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, dapat mengembangkan dan memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan adanya Pengaruh mekanisme *corporate social responsibility* dan *good corporate*

governance terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, serta diharapkan dapat memacu penelitian yang lebih baik pada masa yang akan datang mengenai masalah-masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman mengenai seberapa signifikan pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan khususnya perusahaan manufaktur.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan untuk memberi masukan dan solusi terkait dengan permasalahan mengenai *corporate social responsibility, good corporate governance*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan, mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa mendatang.

c) Bagi Fakultas dan Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi dan bahan bacaan pada perpustakaan yang nantinya dapat dijadikan literatur bagi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

Stakeholder theory artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai perusahaan, pemenuhan kebutuhan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori *Stakeholder* secara umum berkenaan dengan cara organisasi mengelola *stakeholdernya* (Gray et al., 1997). Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasikan keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, seperti tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain.

Menurut Rokhlinasari (2016), teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. Pada dasarnya, *stakeholder theory* memaksa institusi untuk mempelajari masalah dan isu-isu kunci yang menjadi perhatian para pemangku kepentingan serta memahaminya maka dari itu tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur dari indikator ekonominya saja, harus memperhatikan faktor-faktor sosialnya juga, baik internal maupun eksternal,

karena keberlangsungan hidup perusahaan tergantung dukungan dari *stakeholder*.

Dari uraian dalam pengambilan keputusan perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan dari seluruh pihak yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, diharapkan perusahaan dapat memuaskan stakeholdernya dalam suatu tingkatan tertentu, salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan maka para *stakeholder* tentunya juga akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan dalam upaya peningkatan kinerja perusahaan dan pencapaian laba.

2.1.2 Teori Legitimasi

Menurut Sulistyawati (2017), teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan secara berkesinambungan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma-norma yang dijunjung masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas mereka bisa diterima pihak luar (dilegitimasi). Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan terhadap *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat. Dengan kata lain dapat dikatakan, jika

kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada bagaimana masyarakat luas menilai perusahaan tersebut.

Jika perusahaan merasa bahwa legitimasinya dipertanyakan maka perusahaan dapat mengambil beberapa strategi perlawanan, yaitu 1) Perusahaan dapat berupaya untuk mendidik dan menginformasikan kepada *stakeholdernya* mengenai perubahan yang terjadi pada perusahaan 2) Perusahaan dapat berupaya untuk merubah pandangan *stakeholder* tanpa mengganti perilaku perusahaan 3) perusahaan dapat berupaya memanipulasi persepsi *stakeholder* dengan cara membelokkan perhatian *stakeholder* dari isu yang menjadi perhatian kepada isu yang berkaitan dan menarik 4) Perusahaan dapat berupaya untuk mengganti dan mempengaruhi harapan pihak eksternal tentang kinerja perusahaan.

Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Kegiatan CSR perusahaan akan diungkapkan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba

perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam berinvestasi

2.1.3 Teori Agensi

Dari sudut pandang manajemen keuangan, salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Tujuan ini seringkali hanya bisa tercapai apabila tanggung jawab pengelolaan perusahaan diserahkan kepada para profesional, dikarenakan para pemilik modal memiliki keterbatasan. Dengan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada para profesional, diharapkan mereka dapat menutupi keterbatasan yang ada. Para profesional ini disebut agent atau manajer. Manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan untuk membuat keputusan dan hal ini sering kali menimbulkan masalah-masalah atau konflik potensial atas kepentingan yang sering disebut teori agensi (*agency theory*). Menurut R.A Supriyono (2018:63) teori agensi merupakan konsep yang menjelaskan hubungan antara *principal* (pemberi kontrak) dan *agent* (penerima kontrak).

Menurut Panjaitan dan Chariri (2014), teori keagenan mencerminkan hubungan kontraktual; antara agen dan principal yang akan mengakibatkan adanya pendelegasian wewenang dari principal kepada agen. Principal atau pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan terhadap pihak manajemen. Pihak *principal* memberi wewenang kepada agen untuk melakukan transaksi atas nama *principal* dan diharapkan dapat membuat keputusan yang baik bagi prinsipalnya. Dalam perusahaan yang *go public* hubungan agensi dicerminkan oleh hubungan antara investor dan manajemen

perusahaan. Tujuan utama teori keagenan adalah menjawab masalah keagenan yang disebabkan karena pihak-pihak yang saling bekerja sama memiliki tujuan yang berbeda.

Manajer sebagai pihak yang diberi wewenang atas kegiatan perusahaan dan berkewajiban menyediakan laporan keuangan akan cenderung melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya dan mengorbankan kepentingan pemegang saham. Konflik antara manajer dan pemegang saham atau yang sering disebut dengan masalah keagenan dapat diminimalkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut, sehingga dapat mengurangi biaya keagenan (*agency cost*). Untuk mengurangi masalah keagenan seperti potensi kecurangan maka perusahaan harus menerapkan *good corporate governance*. Tata kelola yang baik menjadi suatu kewajiban yang harus diterapkan dalam suatu perusahaan.

Teori agensi menunjukkan pentingnya pemisahan kepemilikan antara manajemen perusahaan dengan pemilik perusahaan. Tujuan dari sistem pemisahan adalah untuk menciptakan efisiensi dan efektifitas dengan mempekerjakan gen profesional dalam mengelola perusahaan.

Secara garis besar, *principal* bukan hanya pemilik, tapi juga kreditur, pemegang saham, maupun pemerintah. Perspektif hubungan keagenan (*agency relationship*) adalah dasar untuk memahami *good corporate governance*. Konsep *good corporate governance* berkaitan dengan bagaimana para pemilik (pemegang saham) yakin bahwa manajer akan

memberikan keuntungan bagi mereka, yakni bahwa manajer tidak akan melakukan kecurangan-kecurangan yang akan merugikan para pemegang saham

2.1.4 Corporate Social Responsibility

Menurut lingkaran studi CSR Indonesia, CSR adalah upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Nurdizal, 2011:15). Perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perlu memiliki prioritas dan strategi. Eksistensi perusahaan dan pencapaian laba jangka panjang merupakan prioritas perusahaan. Perusahaan dalam mencapai prioritas tersebut tentunya memerlukan strategi. Kemampuan menghasilkan laba jangka panjang hanya akan terealisasi apabila keberadaan perusahaan dapat berguna bagi *stakeholder*. Dukungan *stakeholder* akan terwujud jika dampak negatif pada ranah sosial, ekonomi dan lingkungan bukan hanya dapat diminimalisir, tetapi justru dapat memberikan dampak positif yang besar bagi *stakeholder* (Nurdizal, 2011: 15 -16)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* dalam istilah lain adalah laporan berkelanjutan, laporan berkelanjutan ini menggambarkan tentang dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan atau dapat disebut dengan istilah *Tripple Bottom Line* (Sulistiyawati & Qadriatin, 2018).

Sustainability Report harus menjadi dokumen strategi yang berlevel tinggi yang menempati isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Corporate Social Responsibility menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu namun harus memberi manfaat kepada *stakeholder*-nya (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, *customers*, *investors*, masyarakat, pegawai dan bahkan kompetitor.

Munawaroh (2014) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Total Indikator yang terdapat dalam GRI yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 6 indikator yang terbagi menjadi 79 kategori, yaitu:

- 1) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*) dengan 9 kategori
- 2) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*) dengan 30 kategori

- 3) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*) dengan 14 kategori
- 4) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*) dengan 9 kategori
- 5) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*) dengan 8 kategori
- 6) Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*) dengan 9 kategori

2.1.5 Good Corporate Governance

Menurut Cadbury Committee, *corporate governance* adalah suatu sistem yang berfungsi untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawabannya kepada para pemegang saham. Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan direktur, manajer, pemegang saham, dan pihak lain yang berhubungan dengan perkembangan perusahaan. *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) mendefinisikan *good corporate governance* sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. *Good corporate governance* dalam penelitian ini merupakan mekanisme *corporate governance* seperti ukuran komite audit. Pada tanggal 16 Agustus 2007, pemerintah telah mengesahkan peraturan yang mengatur tentang Perseroan Terbatas yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007.

Keberadaan Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut diharapkan mampu menjamin terselenggaranya iklim usaha yang kondusif, dimana

Perseroan Terbatas merupakan suatu pilar pembangunan perekonomian perlu diberikan landasan hukum untuk lebih memacu pembangunan nasional. Pembaharuan Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 ini salah satunya adalah untuk mendukung implementasi dari *good corporate governance*. Menurut Amin Widjaja Tunggal (2013:34), tujuan dari *good corporate governance* adalah:

- 1) Tercapainya sasaran yang telah ditetapkan
- 2) Aktiva perusahaan tetap terjaga dengan baik
- 3) Perusahaan dapat menjalankan bisnis dengan praktek yang sehat
- 4) Kegiatan perusahaan dapat dijalankan transparan

Dimana pada dasarnya tujuan dari *good corporate development* adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. .

Mekanisme GCG yang digunakan dalam penelitian ini adalah komite audit. Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris. Disini *agency theory* memprediksikan bahwa pembentukan komite audit merupakan cara untuk menyelesaikan *agency problem*, hal ini dikarenakan fungsi utama komite audit adalah mereview pengendalian internal perusahaan, memastikan kualitas laporan keuangan dan meningkatkan efektivitas fungsi audit (Wulandari, 2011). Keberadaan komite audit dituntut untuk dapat bertindak secara independen. Hal ini karena berhubungan dengan fungsi komite audit untuk pengawasan integritas laporan keuangan yang dipublikasikan perusahaan. Komite audit bertugas

untuk memberikan pendapat yang independen kepada dewan komisaris terhadap laporan atau hal-hal yang disampaikan oleh direksi kepada dewan komisaris. Keberadaan komite audit diharapkan dapat memberikan nilai tambah terhadap penerapan prinsip-prinsip GCG yang pada akhirnya dapat membatasi atau bahkan mencegah terjadinya kecurangan dalam perusahaan yang pada akhirnya akan mengurangi laba perusahaan.

2.1.6 Profitabilitas

Suatu perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya harus berada lama keadaan yang menguntungkan atau *profitable*. Profitabilitas menurut Kusuma (2013) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan. Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam operasionalnya untuk memperoleh keuntungan serta memberikan gambaran tingkat efektifitas manajemen sebuah perusahaan. Profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut untuk menghasilkan laba dan akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi serta dapat memaksimalkan kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen yang lebih besar kepada para pemegang saham, sehingga akan berdampak positif terhadap kepercayaan investor dalam menginvestasikan dananya kepada perusahaan (Widyantari dan Yadnya, 2017). Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas adalah *gross*

profit margin, operating profit margin, net profit margin, return on equity dan *return on assets*.

Return On Assets (ROA) mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisis keuangan yang bersifat menyeluruh. Analisis ROA ini merupakan teknik yang lazim digunakan oleh pemimpin perusahaan dan juga investor untuk mengukur efektivitas dan keseluruhan operasi perusahaan. ROA adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva, dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih. Perusahaan yang memiliki prospek yang baik di masa mendatang, nilai sahamnya akan menjadi tinggi.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran atau besarnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan (Rodoni dan Ali, 2014). Menurut Seftianne dan Handayani (2011) ukuran perusahaan menggambarkan besarnya suatu perusahaan yang diukur berdasarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan, ukuran perusahaan diprosikan dengan menggunakan natural logaritma (\ln) dari total asset.

Semakin besar entitas organisasi semakin rentan terhadap pengawasan oleh berbagai kelompok dalam masyarakat, sehingga mendapatkan tekanan lebih besar untuk mengungkapkan kegiatan sosial mereka agar bertanggung jawab secara sosial dan hukum. Oleh karena itu *size* perusahaan merupakan

variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Dengan pengungkapan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat tuntutan masyarakat.

Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi sebanding perusahaan yang berukuran kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan. Hal ini dikarenakan tuntutan dari pada pemegang saham dan para analis pasar modal

UNMAS DENPASAR

2.1.8 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai gambaran dari nilai pasar (Wardhani, 2013). Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal

menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena, nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula. Nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan membayar dividen. Besarnya dividen dapat mempengaruhi harga saham. Apabila dividen yang dibayar tinggi, harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan cenderung tinggi. Sebaliknya jika nilai dividen yang dibayarkan kecil, harga saham perusahaan tersebut juga rendah. Kemampuan membayar dividen erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Jika perusahaan memperoleh laba yang besar, kemampuan membayar dividen juga besar. Oleh karena itu, dengan dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan.

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai perusahaan adalah dengan *Price to Book Value* (PBV). Menurut Sugiarto (2011) PBV merupakan rasio antara harga saham pasar terhadap nilai bukunya. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Nilai buku saham}} \dots\dots\dots (1)$$

Terdapat beberapa alasan mengapa investor menggunakan rasio harga terhadap nilai buku (PBV) dalam analisis investasi. Pertama, nilai buku sifatnya relatif stabil. Kedua, praktik akuntansi yang relatif standar diantara perusahaan-perusahaan menyebabkan PBV dapat dibandingkan dan dapat memberikan sinyal terhadap nilai perusahaan. Terakhir, pada kasus perusahaan yang memiliki *earning* negatif, PBV memungkinkan untuk dipergunakan. Menurut Juwariyah (2013) *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai rasio PBV lebih besar satu (>1), yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari pada nilai buku perusahaan. Semakin tinggi rasio tersebut perusahaan semakin berhasil menciptakan nilai bagi pemegang saham.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

- 1) Julianti (2015) dari Universitas Negeri Semarang dengan judul Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel GCG dan nilai perusahaan. Perbedaan kedua penelitian ini adalah pada penelitian ini profitabilitas digunakan sebagai variabel intervening sedangkan penelitian sekarang profitabilitas digunakan sebagai variabel pemoderasi, selain itu pada penelitian sekarang menambahkan variabel CSR dan ukuran perusahaan.

- 2) Fauzi, dkk. (2016) dari Universitas Mataram dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR, GCG dan profitabilitas. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan pengukuran nilai perusahaan dengan *Tobin's Q* sedangkan penelitian sekarang mengukur nilai perusahaan menggunakan *Price Book Value (PBV)*.
- 3) Putri, dkk. (2016) dari Universitas Brawijaya Malang dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama - sama menggunakan variabel CSR, nilai perusahaan dan ukuran perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan sekarang adalah penelitian ini menambahkan variabel dewan komisaris pada variabel moderasi sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.
- 4) Melani (2017) dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya dengan judul Pengaruh CSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR, GCG dan profitabilitas. Perbedaan antara kedua penelitian adalah dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan perhitungan *Tobin's Q* sedangkan pada penelitian sekarang nilai perusahaan dihitung dengan

perhitungan PBV selain itu pada penelitian sekarang menambahkan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

- 5) Karundeng, dkk. (2017) dari Universitas Sam Ratulangi dengan judul Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan ukuran perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan variabel tambahan yaitu kepemilikan manajemen selain itu pengukuran nilai perusahaan menggunakan proksi *Tobin's Q* dan rasio profitabilitas menggunakan ROE sedangkan penelitian sekarang mengukur nilai perusahaan menggunakan *Price Book Value* (PBV) dan rasio profitabilitas diukur dengan ROA.
- 6) Efriyenti (2018) dari Universitas Putera Batam “Analisis *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi”. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR, GCG dan ukuran perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini mengukur nilai perusahaan menggunakan *Tobin's Q* sedangkan penelitian sekarang mengukur nilai perusahaan menggunakan PBV.
- 7) Syafitri, dkk. (2018) dari Universitas Brawijaya Malang dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah kedua

penelitian ini sama-sama menggunakan variabel GCG. Sedangkan perbedaan kedua penelitian, pada penelitian ini nilai perusahaan dihitung dengan perhitungan *Tobin's Q* sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perhitungan PBV selain itu pada penelitian sekarang menambahkan variabel CSR dan profitabilitas serta ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

- 8) Sriwulan (2019) dari Universitas Jember dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR, GCG dan profitabilitas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah pada penelitian ini nilai perusahaan dihitung dengan perhitungan *Tobin's Q* sedangkan pada penelitian sekarang nilai perusahaan diukur dengan perhitungan PBV selain itu pada variabel moderating penelitian sekarang menambahkan variabel ukuran perusahaan.
- 9) Khasanah dan Sucipto (2020) dari Universitas Negeri Islam Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dan *Good Corporate Governance (GCG)* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR, GCG, nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel intervening sedangkan penelitian saat ini menggunakan

profitabilitas dan menambahkan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

- 10) Hidayah (2020) dari Universitas Ahmad Dahlan dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR, GCG dan nilai perusahaan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel pemoderasi sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

