

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Keagenan

Pemilik perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas hanya bertanggung jawab atas modal yang mereka dedikasikan. Dengan kata lain, jika perusahaan bangkrut, ekuitas atau modal sendiri yang mereka dedikasikan atau disetorkan mungkin hilang, tapi kekayaan pribadi mereka tidak akan digunakan guna menutupi kerugian tersebut. Oleh karena itu, masalah yang dikenal sebagai masalah keagenan dapat terjadi, ada dua jenis masalah keagenan adalah antara pemilik perusahaan (pemilik) dan agen (pihak manajemen). Berdasar pada Jensen dan Meckling (1976), teori keagenan ialah hubungan kontetual antar prinsipal serta agen, yakni antara dua orang atau lebih sebuah kelompok atau organisasi. Menurut teori keagenan, pihak pemilik (pemilik) dan pihak manajemen (agen) bertanggung jawab atas tindakan masa depan perusahaan. Jadi dalam teori keagenan, satu pihak bertindak sebagai pemilik (pemilik) dan pihak lain bertindak sebagai agen. Teori agensi mengatakan jika ada perbedaan antara pemilik dan prinsipal kedua, karena manajer bertindak sebagai agen yang menjalankan perusahaan maka permasalahan agensi akan muncul. Karena setiap pihak akan selalu berusaha untuk memaksimalkan fungsi utilitasnya, perusahaan dianggap sebagai kesepakatan antara pemegang saham dan manajer perusahaan.

Menurut Eisenhardt (1989), dalam Bakti & Triyono, (2022), teori agensi dijelaskan dengan tiga asumsi yakni (1) manusia pada umumnya bersifat individualis (*self interest*), (2) manusia mempunyai keterbatasan berfikir terkait persepsi masa depan (*bounded rationality*), serta (3) manusia ingin terhindar dari resiko (*risk averse*). Berlandaskan asumsi yang mendasari, seringnya terjadinya konflik keagenan antara pemegang saham dan manajer dapat dikaitkan dengan sifat dasar manusia. Kepentingan pribadi sering kali lebih diutamakan daripada peningkatan nilai perusahaan dalam pengelolaan perusahaan. Dalam mengejar kepentingan pribadinya, manajer terlibat dalam perilaku oportunistik. Sebagai pihak yang memberikan wewenang kepada manajer untuk menjalankan perusahaan, maka pemegang sahamlah yang seharusnya membantu manajer.

Dalam penelitian ini mempergunakan teori keagenan sebab CSR serta GCG mempunyai hubungan yang erat dengan nilai perusahaan, serta keduanya dapat dikaitkan dengan teori keagenan. Teori keagenan mengemukakan bahwasanya perusahaan adalah entitas yang diurus oleh agen (manajer) atas nama pemilik (pemegang saham). Konsep ini menyoroti masalah kepentingan agen yang mungkin tidak selaras dengan kepentingan pemilik, dan bagaimana untuk mengurangi konflik keagenan tersebut. CSR dapat dihubungkan dengan teori keagenan karena perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif dapat memperlihatkan komitmen kepada para pemegang saham untuk mengelola kepentingan mereka dengan baik, serta meminimalkan potensi konflik keagenan. Dengan melibatkan para pemangku

kepentingan sosial, seperti masyarakat dan lingkungan, perusahaan dapat memperlihatkan tanggung jawab dan kesadaran mereka serta dapat membantu dalam mengurangi risiko konflik keagenan dengan menunjukkan perhatian terhadap kepentingan semua pihak yang terlibat. Sementara itu, GCG ialah praktik-praktik manajemen yang baik serta prinsip-prinsip etis yang mengatur cara perusahaan dijalankan dan diawasi. GCG bertujuan untuk menciptakan struktur yang efisien dan perlindungan terhadap kepentingan para pemegang saham. GCG juga berperan penting dalam melibatkan para pemangku kepentingan, memastikan transparansi, dan akuntabilitas. Implementasi GCG yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan keandalan perusahaan di mata para pemegang saham serta pemangku kepentingan lain, dimana pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Dengan itu, CSR serta GCG dalam konteks teori keagenan, dapat membantu mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan kepercayaan para pemegang saham dan pemangku kepentingan, dimana akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

2.1.2. Teori Stakeholder

Stakeholder ialah pihak pemangku kepentingan atau beberapa kelompok orang yang mempunyai kepentingan di dalam perusahaan yang bisa mempengaruhi atau dipengaruhi tindakan dari bisnis secara keseluruhan. Stakeholder dikelompokkan menjadi 2 yakni stakeholder internal serta eksternal. Stakeholder internal meliputi organisasi / industri itu sendiri,

pemegang saham, pemilik bisnis, serta para karyawan. Sementara stakeholder eksternal yakni konsumen, *supplier*, investor, pesaing, pemerintah, sebuah komunitas lokal di suatu daerah, media, masyarakat secara umum, serta lainnya yang kehadirannya sangat mempengaruhi serta dipengaruhi perusahaan.

Batasan *stakeholder* di atas menunjukkan bahwasanya *stakeholder* ialah entitas yang mempunyai pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap tindakan dan kebijakan organisasi. Perusahaan harus mengutamakan kepentingan dan kepentingan para *stakeholdernya*. Protes dari para *stakeholder* dapat menantang legitimasi organisasi jika organisasi tersebut gagal mempertimbangkan kekhawatiran mereka.

Batasan *stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan tidak dapat mengisolasi operasi mereka dari lingkungan sosial (*social setting*) di mana mereka beroperasi. Karena itu, dalam kaitannya dengan upaya menjaga legitimasi dan *going-concern*, perusahaan harus mencari pembenaran secara tepat terhadap para stakeholder. Semakin kuat posisi perusahaan terhadap para stakeholder, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk beradaptasi dan memposisikan diri di tengah-tengah para stakeholder, yang menghasilkan potensi kekuatan dan keunggulan kompetitif yang lebih besar karena ada keberpihakan dan kesesuaian antara stakeholder dan perusahaan (Adam C. H, 2002 dalam (Hadi, 2009).

Dalam penelitian ini menggunakan teori stakeholder karena teori stakeholder menekankan pentingnya mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan, tidak hanya pemegang saham. Penelitian dalam konteks ini biasanya mencoba untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak praktik CSR dan implementasi GCG terhadap pemangku kepentingan yang berbeda. Teori stakeholder menekankan bahwasanya perusahaan tidak hanya bertanggung jawab ke pemegang saham, tetapi juga ke karyawan, pemasok, pelanggan, masyarakat, serta lingkungan. Di penelitian CSR, respons perusahaan terhadap kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan menjadi fokus utama. Penelitian ini menggali dampak praktik-praktik CSR, seperti keberlanjutan lingkungan, perlindungan karyawan, atau keterlibatan komunitas, terhadap pemangku kepentingan dan bagaimana ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan teori stakeholder dalam penelitian CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan, para peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih holistik tentang bagaimana praktik-praktik ini mempengaruhi pemangku kepentingan dan, pada akhirnya, nilai perusahaan secara keseluruhan.

2.1.3. Teori Legitimasi

O'Donovan (2002) dalam (Hadi, 2009) mengemukakan bahwa legitimasi organisasi adalah kualitas yang diberikan oleh masyarakat kepada dunia usaha dan diinginkan oleh dunia usaha. Legitimasi dengan demikian merupakan aset atau manfaat yang prospektif bagi kelangsungan hidup suatu organisasi.

Menurut Gray et. al, (1996) mengemukakan bahwasanya legitimasi ialah “....a systems-oriented view of organisation and society...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and group”.

Berdasarkan batasan tersebut menunjukkan bahwasanya legitimasi perusahaan adalah cara untuk menerapkan orientasi pertanggungjawaban perusahaan yang lebih menekankan perspektif pihak berwenang. Dalam penelitian ini menggunakan teori legitimasi karena dalam penelitian CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan memang berkaitan dengan teori legitimasi. Teori legitimasi menyatakan bahwasanya perusahaan harus memperoleh legitimasi atau pengakuan sosial untuk aktivitas-aktivitasnya, baik dari pemangku kepentingan internal maupun eksternal. Dalam konteks penelitian CSR, perusahaan yang berinvestasi dalam praktik-praktik sosial dan lingkungan yang bertanggung jawab dapat mengakui dan mendapat legitimasi dari masyarakat, pemerintah, serta pemangku kepentingan lainnya. Ini dapat membantu meningkatkan citra perusahaan, membangun kepercayaan, dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan.

Sementara itu, dalam penelitian GCG, perusahaan yang mengimplementasikan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dapat memperoleh legitimasi oleh pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham dan investor. Menerapkan GCG yang kuat bisa memberi keyakinan kepada pemegang saham bahwasanya perusahaan dikelola secara transparan, adil, serta memperhatikan kepentingan mereka. Dalam kedua kasus tersebut,

penelitian dapat melihat bagaimana praktik CSR dan GCG, saat diterapkan dengan baik, dapat membantu perusahaan mempertahankan atau meningkatkan legitimasi mereka di mata pemangku kepentingan. Studi ini dapat melibatkan pengukuran persepsi pemangku kepentingan terhadap praktik-praktik ini, serta dampak legitimasi tersebut terhadap kinerja dan nilai perusahaan.

2.1.4. *Corporate Social Responsibility*

Berdasar pada *World Business Council for Sustainable Development*, CSR ialah dedikasi perusahaan guna mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan melalui upaya kolaboratif guna menaikkan kesejahteraan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, serta masyarakat luas.

CSR ialah komitmen perusahaan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan lewat kerja sama dengan karyawan serta komunitas lokal dan masyarakat umum guna menaikkan kualitas hidup dengan cara yang menguntungkan bisnis sendiri dan pembangunan. Konsep pembangunan berkelanjutan, atau pembangunan berkelanjutan, sangat terkait dengan program CSR. Kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) didasarkan pada *tiga bottom line*: ekonomi, sosial, serta lingkungan. Sinergi 3 komponen ini sangat penting untuk konsep pembangunan berkelanjutan. Atau dengan kata lain, merupakan cara perusahaan mengatur operasinya agar dapat berdampak positif pada masyarakat. Bisa juga disebut sebagai proses penting untuk mengatur biaya serta keuntungan kegiatan bisnis dari pihak yang terlibat baik

secara internal (pekerja, penanam modal, serta shareholders) ataupun eksternal (kelompok masyarakat sipil, kelembagaan pengaturan umum, anggota masyarakat, serta perusahaan lain).

Menurut Crowther (2008), prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dikelompokkan atas 3 meliputi :

1. *Sustainability* (Berkelanjutan)

Bersangkutan dengan seluruh aktivitas perusahaan memperhatikan keberlanjutan sumberdaya alam di masa mendatang. Penggunaan sumber daya alam saat ini dimanfaatkan secukupnya dan memperhitungkan untuk generasi masa depan.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)

Merupakan tanggung jawab dan keterbukaan perusahaan atas segala aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas menjadi media perusahaan dalam membangun citra terhadap *stakeholders*.

3. *Transparency* (Transparansi)

Berkaitan dengan pelaporan aktivitas perusahaan untuk mengurangi kesalahpahaman informasi dan pertanggungjawaban. Keterbukaan perusahaan sangat penting bagi pihak eksternal.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terjadi di sebuah dokumen yang dikenal dengan istilah *sustainability reporting*. Berdasar pada *Global Reporting Initiative (GRI)*, *Sustainability Reporting* adalah gambaran umum terkait dampak ekonomi, lingkungan, serta sosial perusahaan, dimana

disebabkan aktivitas sehari-hari. *Sustainability Report* Perusahaan Indonesia ini menunjukkan komitmen perusahaan di Indonesia pada ekonomi global yang berkelanjutan dan bisa membantu organisasi dalam mengukur, memahami, serta mengomunikasikan kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, serta tata kelola mereka, lalu menentukan tujuan, serta mengelola perubahan dengan lebih efektif. *Sustainability Report* Perusahaan Indonesia dan peningkatan sustainability report di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi komponen penting dari *Integrated Reporting*, yang menggabungkan parameter keuangan dan non-keuangan. Pelaporan keberlanjutan termasuk pelaporan *triple bottom line* dan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan di Indonesia melaporkan kinerjanya dan dampak mereka pada berbagai topik keberlanjutan, termasuk parameter lingkungan, sosial, dan tata kelola, melalui laporan keberlanjutan perusahaan. Ini memungkinkan perusahaan di Indonesia untuk lebih transparan tentang risiko dan peluang yang mereka hadapi, memberikan wawasan yang lebih luas kepada pemangku kepentingan tentang kinerja di luar garis bawah, dan membandingkan kemajuan di Indonesia.

Menurut Fajrianto & Mulawarman, (2021), *Global Reporting Initiatives* (GRI) merupakan organisasi dalam lingkup global yang memiliki peran dalam membantu bisnis, pemerintah dan organisasi terkait dalam memahami serta menghubungkan hal – hal yang berkaitan dengan dampak bisnis pada isu - isu keberlanjutan.

Organisasi internasional independen *Global Reporting Initiative* (GRI) membuat standar pelaporan keberlanjutan (*Sustainability Report*). Standar ini hendak membantu bisnis dan organisasi mengkomunikasikan efek yang ditimbulkan proses bisnis perusahaan. GRI terjadi beberapa kali perkembangan, ialah GRI G1 di tahun 2000, GRI G2 di tahun 2002, GRI G3 di tahun 2006, GRI G4 di tahun 2013, serta berikutnya diperbaharui menjadi *GRI Standards* (*Global Reporting Initiative, 2022*).

Menurut Yudhistira (2019) dalam penelitian Azry, (2022) menyatakan bahwa pengukuran pengungkapan CSR bisa dilakukan dengan mempergunakan *Global Reporting Initiative (GRI G4) Metrics*, generasi terbaru dari *GRI Metrics* yang diluncurkan di Amsterdam pada 22 Mei 2013.

Indikator *GRI G4* meliputi ekonomi, lingkungan, praktik ketenagakerjaan, HAM, masyarakat, sosial serta tanggung jawab produk dari kategori tersebut terdapat 91 item penilaian terhadap perusahaan. Pada dasarnya penghitungan CSRI dapat dilakukan secara dikotomi, yakni setiap item CSR di alat penelitian bernilai 0 bila tidak diungkapkan serta 1 bila diungkapkan. Gunakan rumus berikut guna mendapat skor total atas tiap perusahaan:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks*
Perusahaan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan

$\sum X_{ij}$: Total angka atau skor yang didapat setiap perusahaan.

Dummy variabel: 1= bila item i diungkapkan 0 = bila item i tidak diungkapkan

2.1.5. *Good Corporate Governance*

Berdasar pada Peraturan Menteri Negara BUMN (2011) No. : PER-01/MBU/2011 Pasal 1 (2011) “tata kelola perusahaan yang baik merupakan prinsip yang mendasari proses dan mekanisme pengelolaan perusahaan berdasarkan pada peraturan perundang-undangan dan etika bisnis”. Prinsip dalam GCG secara umum terbagi menjadi lima prinsip yaitu :

1. Keterbukaan (*Transparency*)

Untuk menjalankan kegiatan usahanya, memastikan proses pengambilan keputusan transparan dan objektif. Perusahaan harus membuat informasi yang bersifat materiil dan relevan tentang perusahaan mudah diakses serta dipahami para pemangku kepentingan. Selain informasi yang diamanatkan oleh Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan terkait, korporasi mempunyai kewajiban untuk mengungkapkan aspek-aspek penting lainnya yang berdampak pada pengambilan keputusan para pemangku kepentingan.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Bekerja dengan akuntabilitas tinggi dan bisa mempertanggung jawabkan segala tindakannya secara transparan serta wajar untuk kepentingan

Perusahaan selaras dengan anggaran dasar, peraturan perundang-undangan yang berlaku, etika perilaku bisnis, dan budaya Perusahaan dengan mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* untuk mencapai kinerja perusahaan yang berkelanjutan.

3. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Berpegang teguh pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap Peraturan Perusahaan, Anggaran Dasar, dan peraturan yang berlaku, serta melaksanakan tanggung jawab sosial, termasuk kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan, terutama di sekitar Perusahaan, dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai untuk memastikan kesinambungan operasi Perusahaan. Prinsip ini berfungsi sebagai dasar bagi organ perusahaan, terutama Dewan Komisaris dan Direksi, untuk menjalankan kegiatan operasi Perusahaan. Mereka harus mematuhi kebijakan Perusahaan dan bertanggung jawab atas setiap langkah yang diambil dalam menjalankan kegiatan tersebut.

4. Independensi (*Independency*)

Dikelola secara profesional dengan menghindari konflik kepentingan serta tekanan atas pihak mana pun yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta etika perusahaan.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Perusahaan menjaga agar tidak ada yang dirugikan dengan secara konsisten mempertimbangkan kepentingan pihak-pihak yang berkepentingan berdasarkan prinsip kewajaran dan kesetaraan.

GCG di penelitian ini menggunakan kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, serta komite audit :

2.1.5.1. Kepemilikan Manajerial

Berdasar pada Lestari, dkk, (2023), kepemilikan manajerial ialah suatu manajemen yang mempunyai saham bersama dan memiliki peran aktif pada pengambilan keputusan perusahaan. Direksi serta manajer perusahaan juga memiliki saham dalam perusahaan, yang dikenal sebagai kepemilikan manajerial. Untuk itu, membuat keputusan penting untuk kinerja perusahaan adalah tanggung jawab manajer. Merekrut tenaga ahli untuk membantu perusahaan dalam menjalankan bisnis secara efisien merupakan salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memastikan tujuan perusahaan untuk mencapai kinerja perusahaan yang unggul terpenuhi dan dapat tetap kompetitif. Selain itu, hal ini akan menghasilkan terbentuknya perusahaan yang mengoptimalkan kesejahteraan pemegang saham dan pemiliknya. Sementara itu, Apriantini, dkk, (2022) menegaskan bahwa manajemen perusahaan melakukan pengendalian atas proporsi saham terhadap total modal saham yang dimilikinya. Semakin banyak kepemilikan manajemen, semakin bersemangat mereka untuk meningkatkan kinerja, karena mereka akan semakin bertanggung jawab untuk memenuhi keinginan manajemen. Dengan kepemilikan manajerial, seorang manajer juga bertindak sebagai pemegang saham. Oleh karena itu, mereka tidak ingin perusahaan mereka mengalami masalah keuangan atau kebangkrutan. Ini diasumsikan bisa mengurangi

konflik kepentingan antara prinsipal dan agen, sebab agen juga akan menanggung dampaknya (Indrarini, 2019,) didalam penelitian (Gusriandari, dkk, 2022).

Rumusnya sebagai berikut:

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

2.1.5.2. Dewan Komisaris Independen

Menurut Mulyani, dkk, (2022), Dewan komisaris independen adalah faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan karena mereka bertanggung jawab memantau kinerja manajemen perusahaan. Dewan komisaris independen memiliki tanggung jawab membantu merencanakan dan menilai strategi jangka panjang perusahaan secara berkala. Sedangkan Abaharis & Gusanda, (2022) menyatakan bahwa, dewan komisaris independen selain guna mengawasi kebijakan manajemen dan memberi nasihat pada pihak manajemen, Dewan Komisaris Independen berfungsi sebagai mediator untuk melacak perselisihan antara manajemen internal. Menetapkan kewajaran dan kesetaraan antara kepentingan pemegang saham minoritas dan pemangku kepentingan lain, serta kepentingan manajemen dan prinsipal yang pengaruhnya diperkirakan semakin berkurang, itulah yang dimaksud dengan komisaris independen. Entitas seperti ini mendorong pengembangan iklim dan lingkungan kerja yang obyektif (Indrarini, 2019,) didalam penelitian (Gusriandari, dkk, 2022).

Rumus Dewan Komisaris Independen yakni:

$$DKI = \frac{\text{Jumlah Dewan Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Anggota Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

2.1.5.3. Komite Audit

Sebagaimana dikemukakan oleh Laksana & Handayani, (2022), komite audit ialah badan konstituen yang dibentuk Dewan Komisaris dengan tujuan eksplisit guna mendukung Dewan dalam pelaksanaan tanggung jawab dan operasionalnya. Komite Audit wajib beranggotakan minimal 3 orang, yang satu diantaranya ditunjuk Komisaris Independen serta 2 lainnya ditunjuk oleh pihak eksternal. Komite audit bertanggung jawab untuk membantu dewan komisaris dengan menyediakan laporan dan memantau kepatuhan perusahaan terhadap peraturan. Semakin banyak jumlah komite audit, semakin efektif pencegahan kesalahan dalam penyampaian laporan. Sedangkan menurut KNKG (2016) di dalam Munifah, dkk, (2022) komite audit memberikan dukungan dan bimbingan kepada dewan komisaris melalui pengawasannya terhadap hal-hal berikut: kepatuhan terhadap standar akuntansi umum dalam penyajian laporan keuangan, penerapan sistem pengendalian internal yang baik, pelaksanaan audit internal dan eksternal selaras dengan standar audit yang berlaku, serta implementasi temuan audit oleh manajemen secara tepat waktu. Komite audit merupakan pendekatan strategis untuk menjaga kredibilitas pelaporan keuangan dan berperan penting dalam operasional bisnis. Misalnya saja dengan menetapkan sistem GCG yang memungkinkan

pasar mengevaluasi keuntungan yang akan diungkapkan oleh perusahaan yang mempunyai komite audit dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mempunyai komite tersebut (Kurnia, 2021) didalam penelitian (Gusriandari, dkk, 2022)

Rumus komite audit yakni:

$$KA = \sum \text{Jumlah Keseluruhan Anggota Komite Audit}$$

2.1.6. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan biasanya digunakan untuk menunjukkan seberapa baik/buruk manajemen mengelola kekayaannya. Nilai ini dapat diukur melalui pengukuran kinerja keuangan perusahaan. Nilai perusahaan di penelitian ini diartikan menjadi nilai pasar, sama halnya penelitian yang pernah dijalankan Nurlela & Islahuddin (2008) dalam penelitian (Rosiana, dkk, 2013), karena nilai saham biasanya menunjukkan peningkatan nilai suatu perusahaan. Ketika harga saham suatu perusahaan tinggi, nilainya menjadi tinggi dan ketika harga saham suatu perusahaan rendah, nilainya menjadi rendah. Nilai yang tinggi menaikkan kepercayaan orang pada kinerja saat ini dan prospek masa depan perusahaan. Hal ini menjadi penilaian para investor karena perusahaan dengan nilai tinggi diharapkan dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang sahamnya. Ada konsep dasar atau teori dasar penilaian yakni : nilai ditetapkan atas jangka waktu tertentu, nilai harus ditetapkan di harga yang wajar; serta

penilaian tidak dipengaruhi kelompok pembeli tertentu. Banyak metode serta pendekatan yang sudah dikembangkan guna menilai perusahaan.

Pada dasarnya, tujuan manajemen keuangan adalah untuk memastikan nilai perusahaan setinggi mungkin. Meskipun demikian, masih ada ketidaksepakatan di balik tujuan tersebut antara pemilik perusahaan dan penyedia dana, yang berfungsi sebagai kreditur. Jika bisnis berjalan lancar, nilai sahamnya akan meningkat, sedangkan nilai hutang obligasinya tidak akan terpengaruh. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai saham kepemilikan dapat berfungsi sebagai alat yang tepat untuk mengukur seberapa efektif suatu organisasi. Karena itu, tujuan manajemen keuangan dinyatakan dengan memaksimalkan harga saham atau nilai saham perusahaan. Manajer tidak harus berusaha untuk meningkatkan nilai saham tanpa mengorbankan pemegang obligasi untuk mencapai tujuan memaksimalkan harga saham. Perusahaan tidak hanya dinilai berdasarkan nilai nominalnya. Melihat kondisi perusahaan berubah secara signifikan setiap saat. Perusahaan memiliki nilai nominal yang cukup besar sebelum krisis. Jika kinerja suatu perusahaan baik, maka perusahaan itu juga memiliki nilai yang baik. Nilai perusahaan bisa dilihat dari harga sahamnya, jika harga sahamnya tinggi, maka nilai perusahaan juga tinggi.

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang diterima investor atas penjualan perusahaan berdasarkan kinerjanya (Irfani, 2020) didalam penelitian (Komalasari & Yulazri, 2023). Terdapat tiga jenis

metode atau rumus yang digunakan sebagai pengukuran nilai perusahaan yakni:

1. Tobin's Q

Menurut Brainard dan Tobin (1968) dalam penelitian H. Manalu & Rajagukguk, (2020), Tobin's Q diukur dengan rasio nilai pasar saham perusahaan dan hutang ditambah, lalu dibagi dengan total aset perusahaan.

Rumusnya adalah sebagai berikut, yaitu:

$$Tobin's\ Q = \frac{MVE + Debt}{TA}$$

Keterangan :

Q = Nilai perusahaan

MVE = Nilai pasar dari jumlah lembar saham yang beredar yang didapat dari jumlah saham beredar x *closing price*

Debt = Nilai total kewajiban perusahaan

TA = Total aktiva perusahaan

2. Price to Book Value (PBV)

Berdasar pada Aswath dan Damodaran (2001) di penelitian H. Manalu & Rajagukguk, (2020). *PBV* memberi perkiraan nilai suatu perusahaan apabila diharuskan untuk dilikuidasi. Nilai Buku ini ialah nilai asset perusahaan yang tercantum di laporan keuangan atau Balance Sheet serta dihitung dengan cara mengurangkan kewajiban perusahaan dari asetnya (Nilai Buku = Aktiva – Kewajiban). Dengan

maksud lain, Rasio *PBV* ini bisa menunjukkan apa yang hendak didapat pemegang saham sesudah perusahaan terjual dengan keseluruhan hutangnya sudah dilunasi. Rasio *PBV* yang rendah ialah tanda yang baik bagi perusahaan.

Rumus yang dipergunakan atas *PBV* (*Price to Book Value*) yakni:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per share}}{\text{Book Value per share}}$$

3. *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Brigham dan Houston (2010) dalam penelitian H. Manalu & Rajagukguk, (2020). PER ialah harga saham terhadap laba tiap saham menjelaskan jumlah yang rela dibayarkan investor atas setiap dolar laba yang dilaporkan. Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwasanya PER ialah rasio yang dapat digunakan sebagai indikator pertumbuhan perusahaan di masa depan sebab melalui analisis PER bisa diketahui ukuran harga saham dengan pendapatan setiap lembar saham.

Rumus menghitung per ialah:

$$PER = \frac{\text{Market Price per share}}{\text{Earning per share}}$$

2.2. Penelitian Terdahulu

Di bawah ini tercantum sejumlah tinjauan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Supyan dan Suryani / 2016	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel bebas : Nilai Perusahaan Variabel terikat: GCG (Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajemen) serta <i>CSR</i>	Secara parsial variabel <i>CSR</i> ada pengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan Secara parsial variabel kepemilikan institusional tidak ada pengaruh pada nilai perusahaan Secara parsial variabel kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh pada nilai Perusahaan
2.	Gusriandari, Rahmi, dan Putra / 2022	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020	Variabel Independen : Nilai Perusahaan Variabel Dependen : Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, dan Kepemilikan Manajerial	KM secara parsial ada pengaruh signifikan pada Nilai Perusahaan. DKI secara parsial tidak ada pengaruh signifikan pada nilai perusahaan. KA secara parsial tidak ada pengaruh signifikan pada nilai perusahaan. KM, DKI serta KA secara simultan bersamaan tidak ada pengaruh signifikan pada nilai perusahaan di

				perusahaan pertambangan yang tercantum di BEI.
3.	Fitri dan Herwiyanti / 2015	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Coporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel bebas : <i>CSR</i> serta <i>GCG</i> Variabel terikat: Nilai Perusahaan	<i>CSR</i> memberi pengaruh pada nilai perusahaan. <i>GCG</i> tidak memberi pengaruh pada nilai perusahaan.
4.	Khofifah, Meiriasari, dan Pebriani / 2022	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (<i>CSR</i>), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019)	Variabel Dependen : <i>CSR</i> , Ukuran Perusahaan, serta Profitabilitas Variabel Independen : Nilai Perusahaan	<i>CSR</i> memberi pengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan memberi pengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Profitabilitas memberi pengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan.
5.	Noviyanti / 2023	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai	Variabel bebas : <i>CSR</i> Variabel terikat: Nilai Perusahaan	<i>CSR</i> terbukti memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan. Strategi diversifikasi

		Perusahaan Dengan Strategi Diversifikasi Usaha Dan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)	Variabel Pemoderasi : Strategi Diversifikasi Usaha dan Kepemilikan Manajerial	usaha mampu memoderasi pengaruh CSR pada nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial tidak memoderasi pengaruh CSR pada nilai perusahaan.
6.	Yunindra dan Tamrin / 2022	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel terikat : Nilai Perusahaan Variabel bebas : GCG dan CSR	hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh pengungkapan CSR serta GCG pada nilai perusahaan.
7.	Indrawati dan Sulistyowati / 2022	Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur	Variabel Independen : GCG dan CSR Variabel Terikat: Nilai Perusahaan	Penelitian GCG ada pengaruh signifikan negatif pada nilai perusahaan. Hal tersebut menjelaskan bahwasanya GCG mampu menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sebab bila GCG semakin baik maka hendak memberi pengaruh pada

		Sektor Industri Barang dan Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020		naiknya harga saham yang menyebabkan nilai perusahaan juga semakin baik. <i>CSR</i> memberi pengaruh signifikan negatif pada nilai perusahaan. Hal tersebut menjelaskan bahwasanya semakin banyak aspek <i>CSR</i> yang diungkapkan semakin rendah nilai perusahaan dimana aspek <i>CSR</i> kategori lingkungan faktor kunci serta mendapat bobot tertinggi diantara dua aspek lain.
8.	Laiya, Monoarfa, dan Dungga / 2023	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)	Variabel terikat: Nilai Perusahaan Variabel bebas: <i>GCG</i> yang diprosikan pada Dewan Direksi , Komite Audit dan Dewan Komisaris Independen.	Temuan penelitian, didapat bahwasanya dewan direksi ada pengaruh negatif pada nilai perusahaan. Ini disebabkan jumlah dewan direksi suatu perusahaan diselaraskan dengan keadaan perusahaan tersebut. Temuan penelitian, didapat bahwasanya komite audit tidak ada pengaruh pada nilai perusahaan. Ini bisa dijelaskan

			<p>bahwasanya keberadaan anggota komite audit bukan menjadi jaminan bahwasanya kinerja perusahaan akan semakin baik. Akibatnya, pasar menyimpulkan komite audit tidak ada sangkut pautnya dengan penilaian perusahaan.</p> <p>Temuan penelitian, didapat bahwasanya dewan komisaris independen tidak memberi pengaruh pada nilai perusahaan. Ini disebabkan besar kecilnya dewan komisaris bukanlah menjadi faktor penentu utama dari efektivitas pengawasan pada manajemen perusahaan.</p> <p>Temuan penelitian, menjelaskan bahwasanya dewan direksi, komite audit serta dewan komisaris independen secara bersamaan tidak memberi pengaruh pada nilai perusahaan yang dihitung mempergunakan Tobin's Q. Ini menjelaskan</p>
--	--	--	--

				bahwasanya keberadaan dewan direksi, komite audit serta dewan komisaris independen kurang berjalan efektif sehingga gagal menciptakan <i>GCG</i> .
--	--	--	--	--

Sumber : Penelitian terdahulu diolah, 2023

2.3. Hipotesis dan Model Analisis

2.3.1. Hipotesis

ialah jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan berbentuk kalimat pernyataan. Di sisi lain, jawaban yang baru ini tidak didasari fakta empiris yang didapat melalui pengumpulan data, tetapi didasarkan pada teori yang relevan (Sugiyono, 2014).

2.3.1.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Laporan keberlanjutan adalah laporan yang menggambarkan pertanggung jawaban sosial perusahaan. *CSR* bisa menjadi keberlanjutan bila program yang dibuat suatu perusahaan benar-benar menjadi komitmen bersama segenap unsur yang ada di perusahaan itu sendiri. Tidak diragukan lagi, program-program tersebut akan menjadi seperti penebusan dosa bagi pemegang saham jika tidak ada komitmen dan dukungan penuh dari karyawan. Dengan mengikutsertakan karyawan secara intensif, nilai program

tersebut akan sangat signifikan bagi perusahaan. Sebab kegiatan CSR ialah keberpihakan perusahaan pada masyarakat, diharapkan pelaksanaan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan harga saham perusahaan dan keuntungan yang dihasilkan investor yang berinvestasi dalam perusahaan.

Dalam penelitian Fitri & Herwiyanti, (2022), menyatakan CSR berpengaruh pada Nilai Perusahaan diterima. Temuan tersebut menjelaskan bahwasanya layanan pelanggan (CSR) memberi dampak positif pada nilai perusahaan. Dengan maksud lain, semakin banyak CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, semakin tinggi nilai yang dimilikinya. Sedangkan menurut Noviyanti, (2023) menyatakan bahwa hasil penelitiannya sesuai dengan teori stakeholders. Perusahaan harus memberi manfaat bagi stakeholdernya karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan stakeholder. Jadi hal tersebut menjelaskan CSR ada pengaruh positif pada nilai perusahaan.

Di penelitian ini CSR adalah konsep di mana perusahaan mempertimbangkan dampak mereka terhadap masyarakat dan lingkungan, serta bertanggung jawab atas kontribusi mereka terhadap kesejahteraan masyarakat. Hubungan antar CSR serta nilai perusahaan dapat dikaitkan dengan teori stakeholder dan teori legitimasi. Yang pertama, teori stakeholder menekankan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan perusahaan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, pemegang saham, dan masyarakat. Dalam konteks ini, perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip CSR akan dianggap memiliki

hubungan yang baik dengan para stakeholder, karena mereka memperhatikan kebutuhan dan kepentingan berbagai pihak yang terlibat. Selanjutnya, konsep teori legitimasi juga relevan dalam hubungan antara CSR serta nilai perusahaan. Teori legitimasi merujuk pada kepercayaan dan dukungan dari pihak eksternal terhadap aktivitas perusahaan. Dengan menerapkan CSR, perusahaan dapat meningkatkan legitimasinya di mata masyarakat, karena mereka dianggap secara aktif memperhatikan dan memperbaiki dampak mereka pada masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, keterkaitan antar CSR dan nilai perusahaan bisa diperhatikan dari upaya perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan dan kepentingan stakeholder yang beragam, serta usahanya untuk mendapatkan legitimasi dan dukungan dari masyarakat dengan cara bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Hal ini kemudian berdampak positif pada citra dan nilai perusahaan di mata pemangku kepentingan.

Berlandaskan uraian di atas, dirumuskan hipotesis ini:

H1 : *Corporate Social Responsibility* memberi pengaruh positif pada nilai perusahaan.

2.3.1.2. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan

Untuk memastikan bahwasanya operasi suatu perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingannya, ada sejumlah mekanisme yang dikenal sebagai *corporate governance*. Teori agensi adalah dasar dari mana masalah *corporate governance* muncul serta berkembang.

Teori ini berpendapat bahwa harus ada perbedaan yang jelas antara kepemilikan dan kendali organisasi. Diperkirakan bahwa ketika kepemilikan manajemen meningkat, mereka akan melakukan segala upaya untuk memastikan bahwa kepentingan pemegang saham ditangani secara memadai.

Hasil dari perhitungan data dan pengelolaan data menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajer memiliki nilai signifikan, yang menjelaskan bahwasanya variabel ini memberi dampak signifikan pada nilai perusahaan pertambahan. Kepemilikan manajerial berfungsi menjadi salah satu sistem kontrol dalam perusahaan. Kepemilikan manajerial membantu memastikan bahwasanya manajer serta eksekutif perusahaan memiliki kepentingan dalam kesuksesan jangka panjang perusahaan, sehingga mereka akan bekerja dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, kepemilikan manajerial juga dapat memberikan insentif kepada manajer untuk membuat keputusan yang benar-benar menguntungkan perusahaan. Menurut penelitian Gusriandari, dkk, (2022), menyatakan bahwa manajer berusaha memaksimalkan diri mereka sendiri daripada perusahaan. Sebaliknya, ketika kepemilikan manajer meningkat, kebijakan yang dibuat oleh manajer untuk meningkatkan nilai perusahaan akan menjadi lebih produktif. Sedangkan menurut Anita & Yulianto, (2016), menyatakan bahwa uji parsial menunjukkan kepemilikan manajerial ada pengaruh pada nilai perusahaan dengan peningkatan kepemilikan manajer, perusahaan bisa meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, kepemilikan manajerial dapat memberi pengaruh pada nilai perusahaan, sebab manajer yang mempunyai saham perusahaan akan memiliki insentif yang lebih besar untuk menaikkan kinerja perusahaan. Dengan memiliki kepemilikan saham, manajer akan memiliki kepentingan langsung dalam kinerja perusahaan dan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaan agar harga sahamnya naik. Selain itu, kepemilikan manajerial juga dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas manajer terhadap keputusan yang diambilnya, karena mereka memiliki kepentingan langsung dalam keberhasilan perusahaan. Kepemilikan manajerial juga dapat membantu meredakan konflik keagenan antara manajemen serta pemegang saham, sehingga bisa menaikkan kepercayaan investor dan mendorong peningkatan nilai perusahaan. Tetapi, di sisi lain terlalu besar kepemilikan manajerial juga dapat memunculkan konflik kepentingan antara manajer serta pemegang saham, karena manajer mungkin akan lebih mempertimbangkan kepentingan pribadi daripada kepentingan perusahaan. Maka sebab itu, pengaruh kepemilikan manajerial pada nilai perusahaan bisa bervariasi tergantung pada jumlah kepemilikan, struktur kepemilikan, dan tata kelola perusahaan secara keseluruhan.

Berlandaskan uraian di atas, dirumuskan hipotesis ini:

H2 : Kepemilikan Manajerial ada pengaruh positif pada nilai perusahaan.

2.3.1.3. Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan

Dewan komisaris independen adalah sebuah badan pengawas di dalam perusahaan yang bertanggung jawab memberikan pengawasan dan saran kepada manajemen perusahaan. Anggota dewan komisaris independen biasanya terdiri dari individu-individu yang tidak memiliki kepentingan langsung di perusahaan dan tidak terikat secara finansial dengan perusahaan tersebut. Peran dewan komisaris independen sangat fundamental atas menentukan arah strategis perusahaan, menjaga kepentingan pemegang saham, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi serta standar tata kelola perusahaan yang baik. Mereka juga berperan dalam mengevaluasi kinerja manajemen, memberikan persetujuan atas keputusan-keputusan strategis, serta menilai resiko yang dihadapi perusahaan.

Dewan komisaris independen bertindak sebagai kontrol internal yang mandiri, disamping manajemen perusahaan dan memiliki kewenangan dalam mengawasi kegiatan perusahaan tanpa adanya konflik kepentingan. Keberadaan dewan komisaris independen yang efektif sangat penting untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan kekuasaan serta memastikan bahwa kebijakan perusahaan disusun dengan kepentingan terbaik bagi semua pihak terkait. Dalam banyak kasus, dewan komisaris independen juga diinginkan bisa membantu meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Maka sebab itu, peran dan keberadaan dewan komisaris independen sangat penting dalam memastikan bahwa perusahaan dijalankan dengan baik serta memberi nilai tambah bagi pemegang saham serta para pemangku kepentingan lainnya.

Menurut penelitian Torondek & Simbolon, (2022), menyatakan bahwa hasil dalam perhitungan data dan pengolahan data menunjukkan bahwa nilai signifikan yang di dapat pada variabel komisaris independen adalah angka koefisien positif. Ini menyatakan bahwa komisaris independent memberikan adanya pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Azra, dkk, (2023) mengemukakan bahwasanya ada hubungan yang signifikan antar dewan komisaris independen dengan nilai perusahaan, menurut hasil analisis data. Komisaris independen memengaruhi nilai perusahaan. Dengan maksud lain, setiap peningkatan jumlah dewan komisaris independen akan direspons secara negatif oleh pelaku pasar atau investor, yang akan menjual saham perusahaan, menurunkan harga saham atau nilai perusahaan.

Di penelitian ini dewan komisaris independen yang efektif dapat memberi dampak positif pada nilai perusahaan. Dewan komisaris independen biasanya terdiri dari anggota yang tidak mempunyai kepentingan langsung dalam perusahaan, sehingga mereka cenderung lebih objektif dalam pengambilan keputusan. Hal ini dapat menciptakan kepercayaan dari para investor dan pemegang saham, serta memastikan adanya pengawasan yang baik terhadap kegiatan perusahaan. Dewan komisaris independen yang kompeten dan berintegritas bisa membantu perusahaan menghindari konflik kepentingan, memastikan penerapan praktik tata kelola perusahaan yang baik, serta memberikan saran yang berharga terkait strategi bisnis. Mereka juga dapat mengawasi kinerja dari manajemen perusahaan secara independen, sehingga dapat memberikan kepercayaan kepada para pemangku kepentingan

bahwa perusahaan beroperasi dengan efisien dan sesuai dengan prinsip-prinsip transparansi.

Berlandaskan uraian di atas, dirumuskan hipotesis ini:

H3 : Dewan komisaris independen memberi pengaruh positif pada nilai perusahaan.

2.3.1.4. Pengaruh Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Komite audit ialah sekelompok individu yang melakukan pemeriksaan independen terhadap laporan keuangan, prosedur pengendalian internal, dan kepatuhan terhadap peraturan dan kebijakan perusahaan. Audit komite biasanya merupakan bagian dari struktur perusahaan atau organisasi yang bertanggung jawab atas pengawasan terhadap kegiatan audit dan menyediakan rekomendasi kepada manajemen mengenai perbaikan yang diperlukan. Tujuan utama dari komite audit adalah untuk memastikan keandalan dan transparansi informasi keuangan perusahaan serta memastikan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

Menurut penelitian Azra, dkk, (2023), menyatakan bahwa hasil dari analisis data mengenai dampak komite audit terhadap nilai perusahaan. Tingkat signifikan berarti ada hubungan signifikan antara komite audit serta nilai perusahaan. Dengan kata lain, setiap kali jumlah komite audit meningkat, pelaku pasar atau investor akan merespon dengan membeli saham perusahaan, menaikkan harga saham atau nilai perusahaan. Sedangkan menurut

Trihandayani & Badjuri, (2022) menyatakan bahwa, hasil signifikansi menunjukkan bahwa komite audit memiliki kemampuan untuk mempengaruhi tingkat nilai perusahaan. Temuan signifikansi ini menjelaskan bahwasanya komite audit berdampak positif pada nilai perusahaan.

Di penelitian ini, komite audit memberi pengaruh yang sangat penting pada nilai perusahaan. Dengan melakukan pemeriksaan independen terhadap laporan keuangan dan prosedur pengendalian internal, komite audit dapat membantu mengidentifikasi risiko keuangan, memastikan kepatuhan terhadap peraturan, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Hal ini bisa menyebabkan peningkatan kepercayaan dari para investor, pemegang saham, serta pihak terkait lainnya, dimana pada akhirnya bisa menaikkan nilai perusahaan. Komite audit juga dapat memberi rekomendasi kepada manajemen mengenai perbaikan yang diperlukan dalam sistem dan prosedur, yang dapat membantu perusahaan mengelola risiko keuangan dengan lebih efektif serta efisien. Dengan itu, komite audit bisa berperan dalam menaikkan efisiensi dan kinerja perusahaan, dimana pada akhirnya bisa berdampak positif pada nilai perusahaan.

Berlandaskan uraian di atas, dirumuskan hipotesis ini:

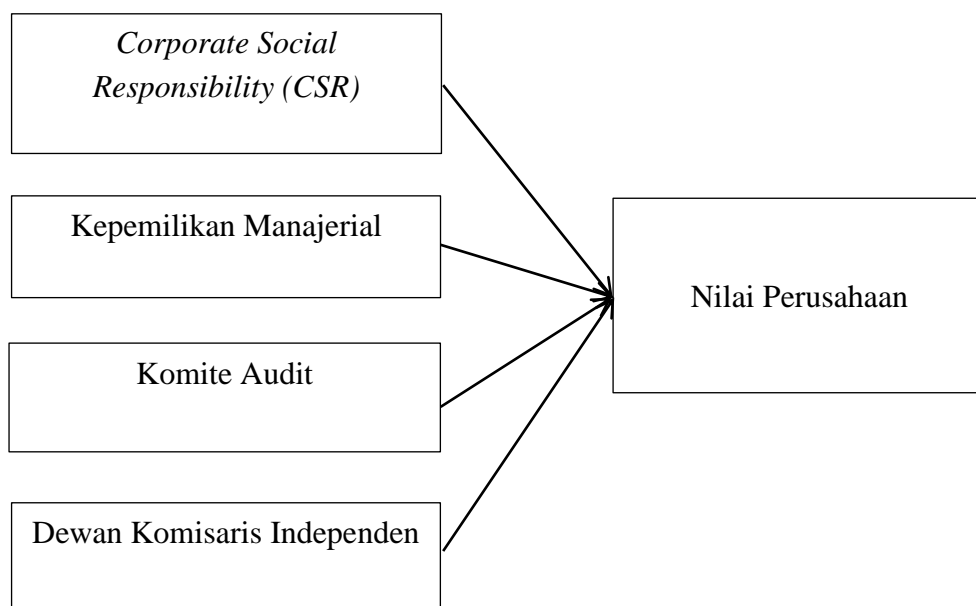
H4 : Komite Audit ada pengaruh positif pada nilai perusahaan.

2.3.2. Model Analisis

Salah satu tujuan utama perusahaan ialah guna menaikkan nilainya melalui kenaikan pendapatan pemilik atau pemegang saham melalui kenaikan kinerja perusahaan. Kinerja yang dilakukan oleh perusahaan yakni memperbaiki lingkungan dan kesenjangan sosial. Untuk menunjukkan tanggung jawab sosial, dunia usaha dapat memperbaiki degradasi lingkungan dan kesenjangan sosial yang diakibatkan oleh operasi mereka. Jika suatu perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, serta lingkungan, nilainya akan berkembang secara sustainable. Semakin tinggi bentuk pertanggungjawaban tersebut, semakin baik reputasi perusahaan, yang pasti hendak menaikkan citra perusahaan menjadi lebih baik. Dengan demikian, meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik minat investor menjadi lebih mudah.

Kerangka penelitian berikut dibuat berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya tentang bagaimana CSR, kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, serta komite audit mempengaruhi nilai perusahaan.

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



Sumber : Gambar Diolah Oleh Peneliti, 2023