

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan ekonomi di Indonesia dalam satu dasawarsa terakhir mengalami perkembangan dinamika sosial yang berkaitan dengan globalisasi dan pasar bebas (*free market*). Hal ini berdampak pada kompetisi yang begitu ketat diantara para pelaku ekonomi. Keadaan ini didukung dengan adanya peningkatan yang pesat baik dibidang teknologi dan komunikasi, sehingga memudahkan berbagai pihak untuk mengakses informasi yang terkait dengan dunia usaha tersebut. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya di dunia bisnis. Kemudahan dan keterbukaan arus informasi ini membentuk paradigma masyarakat yang lebih kritis terhadap kontribusi perusahaan bagi kemanfaatan lingkungan dan sosial. Maka kebutuhan perusahaan untuk berinteraksi dengan lingkungannya menjadi suatu keniscayaan.

Perusahaan didirikan dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu untuk semua pemangku kepentingan. Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan selalu berinteraksi dengan lingkungannya sebab lingkungan memberikan andil dan kontribusi bagi perusahaan atau organisasi (Suartana, 2010). Setiap perusahaan memiliki beberapa kewajiban yang harus dipenuhi tidak hanya kepada para pemegang saham tetapi juga kepada pihak lain (*stakeholder*) yang termasuk

didalamnya adalah masyarakat umum. Menurut Nurmansyah (2006) meskipun tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, sebuah perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat.

Dewasa ini, menurut Suartana (2010) bahwa terjadi pergeseran paradigma tujuan perusahaan. Pertama pandangan konvensional, yaitu menggunakan laba sebagai ukuran mutlak kinerja perusahaan. Perusahaan dengan kinerja dan profit yang tinggi adalah perusahaan yang mampu memperoleh laba maksimal untuk kesejahteraan pemangku kepentingan. Kedua, pandangan modern, yang tujuan perusahaan tidak hanya mencapai laba maksimal tetapi juga kesejahteraan sosial dan lingkungannya (selanjutnya disebut sebagai *tri bottom line accounting* atau disingkat TBLA). Pandangan ini sekarang telah menjadi arus utama dan isu yang sangat strategis. Oleh karena itulah dunia usaha pada saat ini tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut *Triple bottom line*. Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Siregar, 2007).

Kondisi ekonomi global dan paradigma masyarakat yang kritis seperti yang telah dijelaskan tersebut membuat para pelaku ekonomi mendapat begitu banyak tekanan, khususnya para pengusaha dibidang manufaktur dimana dalam menjalankan kegiatan operasi perusahaannya dapat menciptakan berbagai masalah seperti polusi dan limbah yang dapat mencemari lingkungan dan merugikan masyarakat serta hal-hal teknis seperti mutu produk dan tingkat safety produk. Oleh karena itu seperti yang diutarakan oleh Ramadhani dan Hadiprajitno (2012)

bahwa dunia usaha perlu mencari pola-pola kemitraan (*partnership*) dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerjanya agar tetap bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing. Dengan demikian perusahaan dapat berkontribusi dengan melakukan keseimbangan antara kegiatan bisnisnya dan upaya menjaga lingkungan dan mensejahterakan masyarakat. Upaya tersebut secara umum disebut sebagai *corporate social responsibility*.

Daniri (2008) memaparkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Kemudian Sankat dan Clement (2002) dalam Rudito dan Famiola (2007) memberikan pemahaman bahwa CSR sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Sayekti dan Wondabio (2007) mengatakan dalam Gunawan dan Utami (2008) bahwa dengan menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh beberapa pihak bahwa *Corporate social responsibility* memberikan efek timbal balik kepada perusahaan,

diantaranya pada Magdalena dan Herlina (2008) terdapat penelitian yang dilakukan oleh Hill, *et al.* ditemukan fakta bahwa dalam jangka panjang, perusahaan yang memiliki komitmen terhadap CSR mengalami kenaikan harga saham yang sangat signifikan dibandingkan dengan berbagai perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR. Kemudian sebuah penelitian yang dilakukan oleh Pohle dan Hittner (2008) pada 250 *business leader* di seluruh dunia, ditemukan bahwa perusahaan yang telah menentukan langkah strategis dalam mengembangkan *corporate social responsibility*, 68% perusahaan menggunakan *corporate social responsibility* sebagai sebuah kesempatan untuk berkembang. Fakta-fakta tersebut mencerminkan bahwa *corporate social responsibility* selain dapat membangun citra dan menentukan keberlanjutan perusahaan juga dapat menaikkan nilai perusahaan. Bringham Gapensi (1996) dalam Ramadhani dan Hadiprajitno (2012) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.

Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Sutopoyudo, 2009). Pengungkapan pelaporan aktivitas sosial dalam laporan keuangan menjadi penting karena melalui *social reporting disclosure* (CSRD) pemakai laporan keuangan akan dapat menganalisis sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

Guthrie dan Parker (1977) menyarankan bahwa organisasi mengungkapkan kinerja lingkungan mereka dalam berbagai komponen untuk mendapatkan reaksi positif dari lingkungan dan mendapatkan legitimasi atas

usaha perusahaan (Hui dan Bowrey, 2008). Sejalan dengan hal tersebut, Badjuri (2011) menaparkan bahwa Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas diterbitkan dan mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumberdaya alam untuk melaksanakan pelaporan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pelaporan tersebut merupakan pencerminan dari perlunya akuntabilitas perseroan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga para *stakeholders* dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut. Lebih dari itu arah perubahan sosial masyarakat Indonesia yang menuntut diterapkannya prinsip *good corporate governance* bagi para pebisnis membuat isu ini semakin relevan untuk dikaji.

Mewujudkan *corporate social responsibility* merupakan gagasan utama dari penerapan *good corporate governance* (GCG), hal ini dalam Murwaningsari (2009) sejalan dengan kesimpulan yang terangkum dalam konferensi CSR yang diselenggarakan oleh Indonesia *Business Link* (IBL) pada 7-8 September 2006 di Jakarta bahwa CSR merupakan elemen prinsip dalam tata laksana kemasyarakatan yang baik. Bukan hanya bertujuan memberi nilai tambah bagi para pemegang saham. Pada intinya, pelaku CSR sebaiknya tidak memisahkan aktifitas CSR dengan *good corporate governance*. Karena keduanya merupakan satu *continuum* (kesatuan), dan bukan merupakan penyatuan dari beberapa bagian yang terpisahkan. Sehingga *corporate social responsibility* memiliki keterkaitan yang erat dengan *good corporate governance*.

Priananta dan Yustian (2011) menyatakan bahwa penerapan *good corporate governance* atau biasa disebut sebagai tata kelola perusahaan

merupakan buah dari akibat maraknya skandal perusahaan yang menimpa perusahaan-perusahaan besar, baik di Indonesia maupun luar negeri. Suhartati, dkk (2011) mengatakan bahwa isu mengenai tata kelola perusahaan (*Corporate Governance/CG*) mulai mengemuka, khususnya di Indonesia pada tahun 1998 ketika Indonesia mengalami krisis yang berkepanjangan. Hal ini diakibatkan karena praktik bisnis yang tidak etis yang dijalankan oleh para pelaku bisnis. Sehingga menyebabkan beberapa perusahaan besar di Indonesia tidak mampu lagi meneruskan kegiatan usahanya. *Corporate governance* yang lemah menjadi salah satu penyebab terjadinya hal tersebut. Ciri utama dari lemahnya *corporate governance* adalah adanya tindakan mementingkan diri sendiri di pihak manajer perusahaan (Darmawati dkk, 2004).

Investor sebagai principal, mempercayakan dananya kepada perusahaan (manajemen) dan tidak bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan dan operasional perusahaan. Martanti dan Priantinah (2012) menyatakan bahwa dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency problem*. Tidak jarang pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Menurut BPKP, latar belakang kebutuhan atas GCG, dari latar belakang praktis, dilihat dari pengalaman Amerika Serikat yang harus melakukan restrukturisasi *corporate governance* akibat *market crash* pada tahun 1929. Dari latar belakang akademis, kebutuhan GCG timbul berkaitan dengan *principal agency theory*.

Corporate governance berkembang dengan bertumpu pada *agency theory*, dimana terdapat hubungan antara pemegang saham dengan manajemen sebagai *agent* mereka. Sehingga pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan tersebut dilakukan sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku. Pengelolaan perusahaan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga berdampak pada meningkatnya kemakmuran pemegang saham, tentu hal ini dapat memicu keinginan pemegang saham untuk menginvestasikan modalnya ke perusahaan. Namun jika *corporate governance* tidak dijalankan dengan baik maka akan membuat investor kehilangan kepercayaannya terhadap pengembalian investasi yang telah mereka investasikan pada perusahaan.

Menurut *The Indonesian Institute for Corporate Governance*, *corporate governance* didefinisikan sebagai serangkaian mekanisme untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan, agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para *stakeholder*. *Corporate governance* merupakan konsep yang mengatur keselarasan hubungan organ-organ perusahaan, antara pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi yang mengelola perusahaan. Hubungan ini diatur melalui prinsip-prinsip *corporate governance* antara lain *accountability*, *responsibility*, *transparency*, *fairness*, dan *independency*.

Herawaty (2008) menyatakan penelitian mengenai *corporate governance* menghasilkan berbagai mekanisme yang bertujuan untuk meyakinkan bahwa tindakan manajemen selaras dengan kepentingan *shareholders* (terutama *minority interest*). Iskander dan Chamlou (2000) menyebutkan bahwa mekanisme

pengawasan dalam *corporate governance* dibagi menjadi dua kelompok yaitu *internal* dan *external mechanism*. *Internal mechanism* adalah cara untuk mengendalikan perusahaan dengan menggunakan struktur dan proses internal seperti rapat umum pemegang saham, komposisi dewan komisaris, komposisi dewan direksi dan pertemuan dengan *board of directors*. *Exsternal mechanism* adalah cara mempengaruhi perusahaan selain dengan menggunakan mekanisme internal perusahaan seperti pengendalian oleh perusahaan dan pengendalian oleh pasar.

Menurut Effendi (2009:114), perusahaan yang tidak mengimplementasikan *good corporate governance* pada akhirnya dapat ditinggalkan oleh para investor, kurang dihargai oleh masyarakat, dan dapat dikenakan sanksi apabila berdasarkan hasil penilaian, perusahaan tersebut terbukti melanggar hukum. Perusahaan seperti ini akan kehilangan peluang (*opportunity*) untuk dapat melanjutkan kegiatan usahanya dengan lancar (*going concern*). Selain itu konflik keagenan merupakan salah satu dampak dari tidak diterapkannya *good coroporate governance*, yang mengakibatkan adanya sifat oportunistik manajemen yg akan berdampak pada rendahnya kualitas laba. Rendahnya kualitas laba dapat mengakibatkan kesalahan dalam pengambilan keputusan, sehingga nilai perusahaan akan menurun (Ridwan dan Gunardi, 2013). Namun sebaliknya, perusahaan yang telah mengimplementasikan *good corporate governance* dapat menciptakan nilai (*value creation*) bagi masyarakat, pemasok, distributor, pemerintah dan ternyata lebih diminati para investor sehingga berdampak langsung bagi kelangsungan usaha perusahaan tersebut.

Penerapan *good corporate governance* dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dey Report (1994) mengemukakan bahwa *corporate governance* yang efektif dalam jangka panjang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menguntungkan pemegang saham. Tjager, *et al.* (2003) menyatakan bahwa secara teoritis praktek *good corporate governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan diantaranya meningkatkan kinerja keuangan, mengurangi resiko yang merugikan akibat tindakan pengelola yang cenderung menguntungkan diri sendiri dan umumnya *corporate governance* dapat meningkatkan kepercayaan investor. Sedangkan menurut Trinanda (2010) dalam Widhianningrum dan Nik Amah (2012), manajemen perusahaan menyadari manfaat jangka panjang dari penerapan *corporate governance* yaitu adanya dampak keuangan secara langsung seperti peningkatan laba bersih perusahaan, sehingga perusahaan tersebut menjadi sehat. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *good corporate governance* dapat menaikkan nilai perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan ini dapat tercapai apabila ada kerja sama antara manajemen perusahaan sebagai agen dengan pihak yang meliputi *shareholder* maupun *stakeholder* dalam mengelola perusahaan. Namun faktanya, penyatuan dua kepentingan tersebut sering terjadi masalah. Menurut, Jansen dan Meckling (1976), mekanisme untuk mengatasi konflik keagenan antara lain dengan cara meningkatkan kepemilikan *insider* (*insider ownership*) sehingga dapat mensejajarkan kepentingan pemilik dan manajer. Jensen dan Meckling (1976) pun menemukan bahwa kepemilikan manajerial berhasil menjadi mekanisme untuk mengurangi masalah keagenan dari manajer dengan

menyelaraskan kepentingan-kepentingan manajer dengan pemegang saham. Penelitian mereka menemukan bahwa kepentingan manajer dengan pemegang saham eksternal dapat disatukan jika kepemilikan saham oleh manajer diperbesar, sehingga manajer tidak akan memanipulasi laba untuk kepentingannya. Struktur kepemilikan oleh beberapa peneliti dipercaya mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu maksimalisasi nilai perusahaan. Selain itu diperlukan pula sebuah kontrol dari pihak luar dimana peran pengawasan ini akan mengarahkan tujuan yang semestinya. Moh'd (1998) menjelaskan bahwa pihak luar atau lebih dikenal sebagai institusional investor merupakan bentuk distribusi saham antara pemegang saham dari luar yaitu institusional investor dan *shareholders dispersion* yang dapat mengontrol konflik kepentingan. Kepemilikan institusional sebaiknya merupakan suatu entitas bisnis atau perusahaan yang memang murni tidak memiliki hubungan istimewa terhadap perusahaan yang dikelola, agar pengawasan dan pengendalian terhadap perusahaan lebih maksimal dan terpercaya. Karena kepemilikan mewakili suatu sumber kekuasaan (*source of power*) yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap keberadaan manajemen. Selanjutnya praktik manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajemen tidak dapat dipungkiri dapat terjadi dalam pengelolaan perusahaan. Maka komite audit yang berasal dari luar mampu melindungi kepentingan pemegang saham dari tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajemen. Penelitian Dechow, *et al.* (1996) dalam Herawaty (2008) menyatakan bahwa perusahaan memanipulasi laba lebih besar kemungkinannya

apabila memiliki dewan komisaris yang didominasi oleh manajemen dan lebih besar kemungkinannya memiliki *Chief Executif Officer* (CEO) yang merangkap menjadi *chairman of board*. Hal ini berarti tindakan memanipulasi akan berkurang jika struktur dewan komisaris berasal dari luar perusahaan. Peran komite audit dan komisaris independen yang perlu ditekankan adalah intensitas dan kualitas rapat atau pertemuan dengan manajer sebagai pengelola perusahaan untuk membahas kinerja dan hal-hal yang terkait dengan perusahaan. Sehingga kontrol dapat tercapai seiring banyaknya informasi mengenai perusahaan yang diperoleh oleh pihak-pihak eksternal perusahaan tersebut. Oleh karena itu mekanisme *corporate governance* dapat diproksi dengan kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit, komisaris independen (Ridwan dan Gunardi, 2013).

Penerapan *good corporate governance* serta pengungkapan informasi *corporate social responsibility* merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan nilai perusahaan. Apabila konsep ini diterapkan dengan baik maka diharapkan pertumbuhan ekonomi akan terus meningkat seiring dengan transparansi pengelolaan perusahaan yang makin baik dan nantinya menguntungkan banyak pihak (Priananta dan Yustian, 2011).

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan nilai perusahaan yaitu penelitian Edmawati (2012) yang meneliti tentang Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan, mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut peneliti, hal ini berarti semakin tinggi tingkat

pengungkapan CSR yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Dengan melakukan pengungkapan CSR, *stakeholder* akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Martanti dan Priantinah (2012) bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kualitas Pengungkapan CSR pada tahun yang digunakan untuk data penelitian (2007-2010) masih rendah dan belum mengikuti standar GRI.

Sedangkan beberapa penelitian terdahulu yang mengemukakan hubungan *good corporate governance mechanism* dan nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rupilu (2011), dimana indikator pengukuran mekanisme *good corporate governance* yang digunakan adalah Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Komite Audit. Hasil penelitiannya adalah Dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa pengaruh mekanisme dewan komisaris independen tidak efektif dalam memberikan pengawasan terhadap manajemen sehingga terjadi penurunan nilai perusahaan. Kemudian Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen cenderung kurang mampu untuk berusaha meningkatkan kinerjanya. Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini

mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan saham oleh institusi, maka sebagai mekanisme pengendali dalam penyusunan laporan laba memberikan pengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Selanjutnya indikator Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa keberadaan komite audit sebagai mekanisme pengendali dalam penyusunan laporan laba memberikan pengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian diatas, beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan antara lain :

1. Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Mempengaruhi Nilai Perusahaan?
2. Apakah Mekanisme *Good Corporate Governance* Mempengaruhi Nilai Perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan makalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2. Untuk mengetahui apakah Mekanisme *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan mekanisme *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan khususnya yang bergerak di bidang manufaktur yang kemudian dikaitkan dengan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa studi di Universitas Airlangga.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran kepada para pelaku bisnis untuk terus mengembangkan pelaksanaan *corporate social responsibility* dan *corporate governance* dilingkungan usaha agar dapat menciptakan nilai bagi perusahaan.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi referensi sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematika Skripsi

Penulisan skripsi dilakukan secara sistematis yang terdiri dari lima bab. Adapun uraian ide pokok yang terdapat pada masing-masing bab dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan, dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Bagian terakhir dalam bab ini berisi sistematika dalam penulisan skripsi.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori atau beberapa konsep yang sesuai dan relevan yang dapat digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian dan memecahkan rumusan masalah dalam penelitian. Selain itu, juga digunakan sebagai landasan dalam menetapkan hipotesis sementara. Teori-teori tersebut berasal dari jurnal, buku, artikel, majalah, dan lain-lain. Beberapa landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain: teori *stakeholder*, teori legitimasi, dan teori keagenan. Dalam bab ini juga dijelaskan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini. Dalam bab ini juga disajikan kerangka konseptual untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian yang dilakukan yakni pendekatan kuantitatif, serta menjelaskan mengenai identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, serta prosedur penentuan sampel. Selanjutnya terakhir adalah menjelaskan teknik analisis data yang digunakan serta uraian langkah-langkah pengujian hipotesis.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum subyek penelitian. Selanjutnya dijelaskan pula pembahasan pengujian hipotesis sesuai dengan penjelasan langkah-langkah pengujian hipotesis yang telah diuraikan di bab sebelumnya dan ringkasan hasil pengujian hipotesis-hipotesis yang telah dilakukan.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan atas Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan yang telah dilakukan oleh peneliti, serta saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyelesaikan permasalahan mengenai topik yang diangkat oleh peneliti berdasarkan keterbatasan penelitian yang kemudian dapat dikembangkan untuk peneliti selanjutnya.