

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Kinerja Keuangan

Kinerja diartikan sebagai sebuah prestasi yang dapat dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (G. Sugiarto dan F. Winarni, 2005). Kinerja keuangan perusahaan merupakan gambaran tentang suatu kondisi keuangan perusahaan yang dianalisis dengan menggunakan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik dan buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Dengan kata lain kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. (Fahmi, 2011:2). Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan. Laporan keuangan ini disusun dan ditafsirkan untuk kepentingan manajemen dan pihak lain yang menaruh perhatian atau mempunyai kepentingan dengan data keuangan perusahaan (Jumingan, 2009). Informasi mengenai kinerja keuangan sangat penting karena dibutuhkan oleh para pengguna laporan, baik yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Dari pihak eksternal, para investor menggunakan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif lain. Apabila kinerja perusahaan baik maka nilai usaha juga akan tinggi. Dengan nilai usaha yang tinggi membuat para investor melirik perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya sehingga akan terjadi kenaikan harga saham. Sedangkan dari pihak internal manajemen juga membutuhkan analisis keuangan untuk pengendalian internal perusahaan seperti analisis perencanaan dan pengendalian yang efektif di dalam perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efektivitas dan efisiensi suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya. Efektivitas apabila manajemen memiliki kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau suatu alat yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efisiensi diartikan sebagai rasio (perbandingan) antara masukan dan keluaran yaitu dengan masukan tertentu memperoleh keluaran yang optimal (Pertiwi et al., 2012). Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya.

Secara umum, ada banyak teknik analisis dalam melakukan penilaian kinerja, tetapi yang paling banyak dipakai adalah analisis yang bersifat fundamental, analisis teknikal, analisis ekonomi, dan analisis rasio keuangan (Anoraga, 2003).

Pengukuran kinerja keuangan berdasarkan analisis rasio keuangan dapat dikelompokkan menjadi 4 jenis, yaitu: (Sartono, 2011)

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek. Rasio likuiditas terdiri dari:

a) *Current ratio*

Rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki, Current rasio ini diukur dengan menggunakan rumus :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

b) *Quick Ratio*

Rasio Cepat (*Quick Rasio*) merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva yang lebih likuid. Rumus yang digunakan dalam mengukur rasio cepat ini adalah :

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

c) Rasio Lambat (*Cash Ratio*)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan kas yang tersedia dan yang disimpan diBank. Rumus yang digunakan dalam pengukuran ini adalah :

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash} + \text{Surat Berharga}}{\text{Hutang Lancar}}$$

d) Perputaran Piutang (*Turn Over Receivable*)

Rasio perputaran piutang memberikan analisa mengenai beberapa kali tiap tahunnya dana yang tertanam dalam piutang berputar dari bentuk piutang kebentuk uang tunai, kemudian kembali kebentuk piutang lagi. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Turn Over Receivable} = \frac{\text{Hasil Penjualan Kredit}}{\text{Rata-Rata Piutang}}$$

2. Rasio Solvabilitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Rasio solvabilitas terdiri dari:

a) Rasio Hutang Terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*)

Rasio ini merupakan perbandingan antara hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri sebuah perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibanya . Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$$

b) *Total Debt to Total Asset Ratio*

Rasio ini merupakan perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva diketahui. Rasio ini menunjukkan berapa bagian dari keseluruhan aktiva yang dibelanjai menggunakan hutang.

$$\text{Total Debt to Total Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

3. Rasio Profitabilitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Rasio Profitabilitas terdiri dari:

a) *Gross Profit Margin*

Margin Laba Kotor merupakan perbandingan antar penjualan bersih dikurangi dengan Harga Pokok penjualan dengan tingkat penjualan, rasio ini menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan sebuah perusahaan. Rumusannya: $Gross\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Kotor}{Penjualan\ Bersih} \times 100\%$

b) *Net Profit Margin*

Rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan setelah dikurangi pajak, rumusnya: $Net\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Penjualan} \times 100\%$

c) *Return on Assets*

Merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. *Return on asset* sering juga disebut sebagai return on investment, karena *return on asset* ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan, rumusnya:

$$Return\ on\ Assets = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Total\ Aktiva} \times 100\%$$

d) *Return on Equity*

Pengembalian atas Ekuitas (Return On Equity) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri dalam menghasilkan laba atau keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen. Rumusnya sebagai berikut:

$$Return\ on\ Equity = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Ekuitas\ Pemegang\ Saham} \times 100\%$$

4. Rasio Stabilitas.

Rasio ini dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutangnya serta membayar beban bunga atas hutang-hutangnya tepat pada waktunya.

Bagi investor ada dua rasio keuangan yang paling dominan yang dapat digunakan sebagai rujukan untuk melihat kondisi kinerja suatu perusahaan. Rasio tersebut adalah rasio profitabilitas, dan likuiditas. Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba, rasio profitabilitas ini sangat penting bagi semua pengguna laporan tahunan khususnya investor, melalui rasio ini investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Rasio profitabilitas yang sering digunakan yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*.

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh *Return on Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM). Alasan untuk dijadikan sebagai proksi dari kinerja keuangan karena ROA dan NPM merupakan rasio dalam profitabilitas yang mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sebagai suatu kinerja yang ingin dicapai oleh perusahaan. ROA dan NPM dapat mengukur kemampuan perusahaan pada masa lampau dan dapat diproyeksikan dimasa yang akan datang sehingga perusahaan bisa mengetahui bagaimana prospek perusahaan, selain itu ROA juga merupakan tolak ukur suatu perusahaan untuk mengetahui prestasi kinerja keuangan dalam memanfaatkan asset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba.

Berikut merupakan penjelasan mengenai ROA dan NPM sebagai salah satu model yang dipakai dalam penelitian ini:

1) ROA (*Return On Assets*)

merupakan tingkat pengembalian atau laba yang dihasilkan dari pengelolaan asset maupun investasi perusahaan. Didalam laporan keuangan sebuah perusahaan,

laba menjadi informasi utama yang akan disajikan, karena bagian terpenting dalam investasi adalah dalam pembuatan keputusan oleh investor dimana keputusan yang dibuat oleh investor tersebut harus didukung dengan laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan. Rasio ini sering dipakai sebagai indikator akan profitabilitas perusahaan dengan membandingkan antara laba bersih dengan keseluruhan total aktiva pada perusahaan. ROA dapat memberikan pengukuran yang baik atas efektifitas keseluruhan perusahaan karena ROA memperhitungkan penggunaan aktiva. Dengan demikian, ROA dapat dijadikan salah satu indikator dalam pengambilan keputusan investor dalam memilih perusahaan untuk berinvestasi. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan assetnya, dan akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Maka semakin tinggi rasio ini maka akan semakin tinggi pula kepercayaan dan minat investor untuk berinvestasi (Diaz dan Jufrizen, 2014).

Manfaat *Return On Asset* (ROA) Menurut Munawir (2001) adalah:

- a. Jika perusahaan telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik maka dengan analisis ROA, perusahaan dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, dan sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.
- b. Dapat diperbandingkan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui posisi perusahaan terhadap industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.
- c. Selain berguna untuk kepentingan kontrol, analisis ROA juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

Keunggulan ROA (*Return On Asset*) diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. ROA merupakan pengukuran yang komprehensif dimana seluruhnya mempengaruhi laporan keuangan yang tercermin dari rasio ini.
- b. ROA lebih mudah untuk dihitung, dipahami, dan sangat berarti dalam nilai absolut.

- c. ROA merupakan denominator yang dapat diterapkan pada setiap unit organisasi yang bertanggung jawab terhadap profitabilitas dan unit usaha.

2) *Net Profit Margin* (NPM)

Rasio yang mengukur besarnya laba bersih perusahaan dibanding dengan penjualannya (Brigham dan Houston, 2010:146). NPM sering digunakan untuk menilai efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan. Jika sebuah perusahaan menurunkan beban relatif terhadap penjualannya maka perusahaan tentu akan memiliki lebih banyak dana untuk kegiatan-kegiatan usaha lainnya. Semakin besar rasio NPM ini, maka semakin baik karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba/keuntungan cukup baik pada tingkat penjualan tertentu sehingga perusahaan dinilai efisien, hal ini mempengaruhi tingginya permintaan terhadap saham perusahaan dan berdampak pada harga saham yang dimiliki suatu perusahaan, semakin tinggi harga saham maka akan mempengaruhi nilai perusahaan. Sebaliknya, jika semakin rendah NPM maka semakin buruk kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan sehingga perusahaan cenderung dinilai tidak efisien.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Menurut Fahmi (2015:82) nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, kemudian nilai perusahaan menurut Reny dan Denies (2015) didefinisikan sebagai Nilai Pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka kemakmuran pemegang saham juga meningkat.

Ada beberapa indikator yang dapat digunakan dalam pengukuran nilai perusahaan:

1) *Price to Book Value (PBV)*

Menurut Mardiyati, dkk (2012) nilai perusahaan yang dihitung berdasarkan harga saham disebut dengan beberapa istilah di antaranya *Price to Book Value (PBV)* yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. Sedangkan menurut Prayitno dalam Afzal (2012) *Price to Book Value (PBV)* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan. PBV menunjukkan seberapa jauh perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan menggunakan modal yang diinvestasikan (Hadianto,2011).

$$PBV \text{ dapat dihitung dengan rumus : } PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

2) *Price Earning Ratio (PER)*

PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham (Tandelin,2010).. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earnings (Harmono,2015)

PER dapat dihitung dengan rumus :

$$PER = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

3) *Tobin's Q*

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's Q*. Rasio *Tobin's q* dikembangkan oleh profesor James Tobin (1967), rasio ini merupakan pengukuran kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari asset yang sama.. *Tobin's Q* adalah suatu gambaran statistik yang

memiliki fungsi sebagai pengukur dari nilai perusahaan berdasarkan nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang, terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan. Penggunaan rasio Tobin's Q di berbagai penelitian telah mengalami berbagai modifikasi dari formulasi aslinya yang dikemukakan oleh Sari (2017).

Modifikasi Tobin's Q sudah secara konsisten digunakan Sari (2017) mengembangkan rumus Tobin's Q karena dalam praktik nyata, biaya penggantian aset seringkali tidak tersedia dan sulit diperhitungkan. Rumus tersebut kemudian disesuaikan lagi dengan kondisi transaksi keuangan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Secara matematis *Tobin's q* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Q = \frac{(MVE + DEBT)}{(TA)}$$

Q : Nilai Perusahaan

MVE : Nilai pasar ekuitas (*MVE Closing price* x jumlah saham yang beredar).

D : Total hutang perusahaan

TA : Total aktiva

Dalam penelitian untuk mengukur nilai perusahaan peneliti menggunakan *Tobin's q*. Alasan memilih rasio *Tobin's q* karena rasio ini dinilai bisa memberikan informasi yang efektif, karena dalam *Tobin's q* semua unsur hutang, modal saham perusahaan dan seluruh asset perusahaan dimasukkan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja dalam Fauzi,2016). Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa semakin besar nilai *Tobin's q* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan

nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja dalam Fauzi ,2016).

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan saat ini sedang menjadi bahan perbincangan yang hangat oleh para praktisi. *Corporate Social Responsibility* atau yang sering disingkat CSR adalah istilah yang berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari tiga kata yaitu *Corporate* yang artinya perusahaan besar, *Social* yang berarti masyarakat, dan *Responsibility* yang berarti pertanggung jawaban. Apabila diartikan kedalam bahasa Indonesia maka *Corporate Social Responsibility* berarti sebuah pertanggung jawaban perusahaan besar terhadap masyarakat sekitar dimana perusahaan tersebut beroperasi

Suharto (2008) mendefinisikan CSR sebagai suatu operasi bisnis yang bertujuan bukan hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial tetapi juga untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga serta berkelanjutan. Walaupun keuntungan dan kesempatan kerja memiliki arti yang sangat penting, namun dewasa ini ada banyak faktor yang dapat memberikan kontribusi pada penilaian kinerja sosial sebuah perusahaan, termasuk di antaranya memberikan kesempatan kerja yang sama; menghargai perbedaan budaya para karyawan; merespons masalah-masalah lingkungan hidup; menyediakan tempat kerja yang aman dan sehat; dan memproduksi produk-produk bermutu tinggi yang aman untuk digunakan oleh konsumen.

Menurut *The World Business Council for sustainable Development (WBCSD)*, lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 memberikan definisi CSR merupakan “*Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”. Definisi tersebut menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan suatu

bentuk tindakan yang dilihat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang di sertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarganya, peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Latupono dan Andayani,2015).

Di Indonesia sendiri ada perusahaan yang melakukan program CSR dan ada pula yang tidak melakukan kegiatan CSR. Perusahaan yang tidak melakukan kegiatan CSR memberikan alasan bahwa dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial ini mengeluarkan banyak dana perusahaan sehingga hal ini membuat perusahaan lebih mempertimbangkan lagi pelaksanaan CSR agar tidak terjadi masalah dalam kegiatan operasional perusahaan. Selain itu perusahaan yang melakukan CSR memiliki beberapa alasan untuk perusahaan harus melakukan kegiatan CSR yaitu yang pertama perusahaan harus patuh (*comply*) terhadap peraturan nasional. Perusahaan multinasional juga harus mematuhi peraturan hukum, kesepakatan, konvensi ataupun standar internasional yang berlaku. Yang kedua selain kepatuhan, perusahaan juga harus menyadari dampak langsung dan dampak potensial secara sosial ekonomi, politik maupun lingkungan. Berdasarkan kesadaran dari perusahaan, maka perusahaan harus mengembangkan dan melaksanakan kebijakan sesuai prosedur untuk mengurangi berbagai kerusakan atau kerugian yang mungkin akan timbul dari kegiatan operasional perusahaan dan rekan bisnisnya. Dan yang terakhir perusahaan dapat menciptakan nilai sosial yang positif dengan melibatkan masyarakat di dalamnya seperti adanya inovasi investasi sosial, konsultasi dengan *stakeholders*, dialog kebijakan dan membangun institusi masyarakat, baik secara mandiri ataupun bersama dengan perusahaan yang lain.

Pada akhirnya di tahun 2007 pemerintah Indonesia menerbitkan peraturan yang mengatur tentang CSR yaitu Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan. Selanjutnya ditetapkan oleh PP No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam pasal 74 menyatakan bahwa:

“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Dengan adanya peraturan yang mengatur CSR, maka CSR tidak lagi bersifat sukarela melainkan menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan untuk melaporkan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan dalam laporan tahunan. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (Anggraini, 2012). *Sustainability report* ini harus menjadi sebuah strategi dokumen yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang pembangunan berkelanjutan yang membawa perusahaan menuju kepada inti dari bisnis dan sektor industri perusahaan tersebut.

Menurut Rudito (2014) mengatakan bahwa tujuan utama dari *Corporate Social Responsibility* adalah untuk mendukung upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang lebih baik disekitar wilayah kegiatan perusahaan. Selain itu tujuan *Corporate Social Responsibility* yang kedua adalah untuk memberikan kesempatan bekerja dan berusaha bagi masyarakat dan yang terakhir adalah untuk membantu pemerintah dalam rangka pengentasan kemiskinan dan pengembangan ekonomi wilayah. Selain tujuan ada pula sasaran yang harus di capai dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yaitu pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia bagi masyarakat dan pihak-pihak terkait yang berada disekitar wilayah perusahaan. Yang kedua untuk pengembangan dan peningkatan sarana dan fasilitas umum didasarkan pada skala prioritas dan potensi wilayah tersebut. Mendorong dan mengembangkan potensi kewirausahaan yang didasarkan pada sumber daya lokal serta pengembangan kelembagaan lokal disekitar wilayah operasi perusahaan. Sedangkan menurut Susiloadi (2010) mengatakan bahwa

ada beberapa kendala atau hambatan yang kerap dihadapi dalam pelaksanaan CSR yakni gangguan keamanan, kurangnya kreativitas dan inovasi, timbulnya ketergantungan masyarakat, kemungkinan adanya korupsi, peraturan yang membingungkan, dan yang terakhir adalah pemerintah masih belum memberikan situasi yang kondusif bagi perusahaan dalam menjalankan program CSR.

Prinsip aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks bila dikaitkan dengan kepentingan dari pemangku kepentingan (*stakeholder*). Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggarisbawahi prinsip dasar yang terkandung dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR). Fidiana (2015) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan menjadi tiga, yang pertama, *sustainability* yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) dapat tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Kedua, *accountability* yang merupakan upaya perusahaan dapat terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dapat dimanfaatkan sebagai suatu media bagi perusahaan untuk membangun citra dan jaringan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Ketiga, *transparency* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal yang berperan untuk mengurangi kesalahpahaman informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai keadilan, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kepentingan dalam melegitimasi tindakan perusahaan (Cooke,2009). Jika terjadi ketidaksesuaian antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, dan akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Cooke,2009). Pengungkapan informasi CSR

didalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun serta mempertahankan kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politik (Jermias,2011).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* terdapat manfaat bagi perusahaan, masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Wibisono (2007) manfaat yang diterima tersebut adalah sebagai berikut, bagi perusahaan ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR yaitu keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkesinambungan dan perusahaan akan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*Human Resource*) yang berkualitas dan yang terakhir perusahaan dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan pada hal hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*Risk Managemen*). Manfaat bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan hak sebagai tenaga pekerja. Apabila terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal praktik CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut. Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat dalam mempengaruhi lingkungannya. Bagi Negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut *corporate misconduct* atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar atau kata lainnya pajak yang tidak digelapkan oleh perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang

hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006). Dan menurut Rosa Aprilia(2013) CSR diartikan sebagai bentuk pelayanan kepada masyarakat. Dalam hal ini masyarakat memiliki hak atas kekayaan alam didaerah mereka yang telah dimanfaatkan oleh perusahaan. CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan merupakan wujud dari pemenuhan hak masyarakat tersebut. Dari beberapa pendapat mengenai *Corporate Social Responsibility* yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau yang dikenal dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat disekitar daerah operasi perusahaan, yang tidak melihat pada keuntungan finansial melainkan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kondisi masyarakat sekitar dalam rangka pemberdayaan dan pemenuhan hak masyarakat

2.1.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Didalam *Corporate Social Responsibility* dikenal sebuah istilah Pengungkapan CSR. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan wujud akuntabilitas perusahaan terhadap public dalam menjelaskan dampak social yang di timbulkan oleh perusahaan. Menurut Ghazali dan Chairi (2007) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan peran penting dalam perusahaan, karena perusahaan beroperasi di lingkungan masyarakat yang aktivitasnya memiliki dampak sosial terhadap lingkungan. Selain itu menurut H.R. Bowen dalam buku Ismail Sholihin berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Dengan kata lain kewajiban atau tanggung jawab social dari perusahaan bersandar pada keselarasan dengan tujuan objective dan nilai dari suatu masyarakat. Pendapat Bowen ini merupakan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab social. Dari segi ekonomi sebuah perusahaan akan mengungkapkan informasi apabila informasi tersebut dapat meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut Wibisono (2007). Untuk menjelaskan

kecendrungan pengungkapan CSR digunakan pendekatan berdasarkan landasan teori yakni teori stakeholder, legitimasi, kontrak sosial, dan teori ekonomi politik.

Berikut merupakan uraian dari beberapa teori yang telah dijelaskan diatas yaitu :

1. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal, dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Stakeholder merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti Pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerintah lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Hal pertama mengenai teori stakeholder adalah bahwa stakeholder adalah sistem secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya saling berhubungan dan dapat berubah. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori stakeholder. Varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. Stakeholder dan organisasi saling mempengaruhi. Hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu, organisasi memiliki akuntabilitas terhadap stakeholdernya. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara stakeholder dan organisasi. Varian kedua teori stakeholder berhubungan dengan pandangan mengenai *empirical accountability*. Teori stakeholder mungkin digunakan dengan ketat dalam suatu organisasi arah terpusat (*centered-way organization*). Diungkapkan bahwa lingkungan sosial perusahaan merupakan sarana sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan stakeholdernya. Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan going concern (Adam, dalam Nor Hadi, 2011).

2. Teori Legimitasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat semakin maju (Nor Hadi, 2011). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, Pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem mengedepankan keberpihakan kepada society, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat. Suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan seperti kecelakaan serius atau skandal keuangan organisasi mungkin harus melakukan beberapa cara diantaranya (Ahmad 2007) :

- a. Mencoba untuk mendidik stakeholder tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerja.
- b. Mencoba untuk merubah persepsi stakeholder terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- c. Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif tidak berhubungan dengan kegagalan).
- d. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerja.

Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi. Sebagai contoh, kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial

perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen negatif.

3. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori ini muncul karena adanya keterkaitan dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Perusahaan merupakan kelompok orang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan, maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun, tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi,2011). *Social Contract* dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat. Disini, perusahaan atau organisasi memiliki kewajiban pada masyarakat untuk memberi manfaat bagi masyarakat. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang legitimate (Deegan,2011). Dalam perspektif manajemen kontemporer, teori kontrak sosial menjelaskan hak kebebasan individu dan kelompok, termasuk masyarakat dibentuk berdasarkan kesepakatan saling menguntungkan anggotanya (Rawl dalam Nor Hadi,2011). Hal ini sejalan dengan konsep legitimacy theory bahwa legitimasi dapat diperoleh apabila terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai dalam masyarakat dan lingkungan, konsep kontrak social bahwa untuk menjamin kelangsungan hidup dan kebutuhan masyarakat. Kontrak sosial didasarkan pada hasil akhir secara sosial dapat diberikan kepada msasyarakat luas. Dan distribusi manfaat ekonomis, sosial, atau pada politik kepada kelompok sesuai dengan kekuatan dimiliki (Sethi dalam Nor Hadi,2011). Mengingat output perusahaan bermuara pada masyarakat, serta tidak adanya kekuatan institusi yang bersifat permanen, maka perusahaan membutuhkan legitimasi. Perusahaan harus

melebarkan tanggung jawab tidak hanya sekedar *economic responsibility* lebih diarahkan kepada shareholder (pemilik perusahaan), namun perusahaan harus memastikan bahwa kegiatannya tidak melanggar dan bertanggungjawab kepada Pemerintah dicerminkan dalam peraturan dan perundang-undangan berlaku (*legal responsibility*). Di samping itu, perusahaan juga tidak dapat mengesampingkan tanggungjawab kepada masyarakat, dicerminkan lewat tanggung jawab dan keberpihakan pada berbagai persoalan sosial dan lingkungan timbul (*societal responsibility*) (Nor Hadi,2011).

4. Teori Ekonomi Politik

Ekonomi politik Bourgeois cenderung memperhatikan interaksi antar kelompok sebagai negosiasi antara perusahaan dan kelompok penekan masalah lingkungan, atau dengan pihak yang berwenang. Ekonomi politik Bourgeois dapat digunakan dengan baik untuk menjelaskan bagaimana praktek pengungkapan sosial, sedangkan Ekonomi politik klasik hanya sedikit menjelaskan praktek pengungkapan sosial perusahaan, mempertahankan bahwa pengungkapan sosial perusahaan dihasilkan secara sukarela. Ekonomi politik klasik memiliki pengetahuan tentang aturan pengungkapan wajib, dalam hal ini biasanya negara telah memilih untuk menentukan beberapa pembatasan terhadap organisasi. Ekonomi politik klasik akan menginterpretasikan hal ini sebagai bukti bahwa negara bertindak seakan-akan atas kepentingan kelompok tidak diuntungkan dalam hal ini orang tidak mampu, ras minoritas untuk menjaga legitimasi sistem kapitalis secara keseluruhan (Ahmad,2007). Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan di harapkan memperoleh legitimasi social dan memaksimalkan keuangan dalam jangka panjang (Kiyoran 2006) dalam Sayekti (2007). Penerapan *Corporate Social Responsibility* yang di lakukan oleh perusahaan saat ini mulai berkembang pesat, dimana perusahaan lebih berkomitmen dan bertanggung jawab pada para investor atau pemegang saham dan juga kepada masyarakat.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia mengacu pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih

karena lebih fokus pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan maksud untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*. Saat ini standar GRI yang terbaru, yaitu G4 telah digunakan oleh banyak perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstanda dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna sehingga dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya. Dalam standar GRI G-4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang ada dalam GRI mencapai 91 item (www.globalreporting.org).

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan uraian mengenai penelitian sebelumnya tentang kinerja keuangan dan nilai perusahaan, dimana ada pendapat yang mengatakan adanya pengaruh kinerja keuangan pada nilai perusahaan, sebaliknya ada juga yang mengemukakan bahwa kinerja keuangan tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, hubungan kinerja keuangan yang tidak konsisten berpengaruh antara positif signifikan dan negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Berikut merupakan daftar nama peneliti yang telah melakukan penelitian tentang kinerja keuangan pada nilai perusahaan sebelumnya.

Yang pertama, Endang Sihotang (2018) melakukan penelitian tentang Pengaruh Kinerja Keuangan pada Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi dan objek dalam penelitian ini adalah pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2014-2016. Dalam penelitian ini

diungkapkan bahwa kinerja keuangan yang diproksikan oleh *Return On Assets* berpengaruh pada nilai perusahaan. Semakin tinggi ROA maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan karena nilai perusahaan ditentukan oleh *earning power* dari aset perusahaan. Semakin tinggi *earning power* semakin efisien perputaran aset dan semakin tinggi *profit margin* yang diperoleh perusahaan. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang bertindak sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi (memperkuat dan memperlemah) terhadap hubungan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi hubungan ROA terhadap nilai perusahaan, karena investor lebih mengappresiasi informasi lainnya dalam laporan tahunan seperti keadaan politik negara, kondisi pemerintahan, pengaruh nilai tukar rupiah, serta pengaruh persepsi investor dalam jual beli saham daripada melihat pengungkapan CSR.

Yang kedua, Rilla Gantino (2016) melakukan penelitian tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008- 2014. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan oleh *return on equity* (ROE), *return on asset* (ROA) dan *price book value* (PBV). Hal ini berarti semakin tinggi pengungkapan CSR maka kinerja keuangan akan semakin meningkat. Pengungkapan yang semakin luas memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* akan memperbanyak informasi yang diterima tentang perusahaan. *Stakeholder* dan *shareholder* akan lebih mempercayakan modal yang mereka tanamkan kepada perusahaan, sehingga perusahaan akan lebih mudah untuk menggunakan modal tersebut untuk aktivitas perusahaan dalam rangka meningkatkan laba.

Yang ketiga, Farianita Lestari dan Dewi Rahmayanti (2014) melakukan penelitian tentang Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi, objek dalam penelitian ini pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2014. Hasil dari penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan, dan *Net Profit Margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara ROA terhadap nilai perusahaan, yang artinya investor lebih tertarik dengan adanya pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan karena menunjukkan bahwa perusahaan akan menjaga eksistensi dan hubungan baik antara perusahaan dan stakeholder yang mencerminkan keberlangsungan kegiatan perusahaan pertambangan di masa yang akan datang. *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan antara NPM terhadap nilai perusahaan

Yang keempat, Desi Irayanti dan Altje L. Tumbel (2014) mereka melakukan penelitian tentang Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Nilai Perusahaan. Maka dari itu pihak manajemen perusahaan harus memperhatikan nilai dari DER dan NPM yang akan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Yang kelima, Herry Sussanto dan Carningsih (2013) mereka melakukan penelitian tentang pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap hubungan antara Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan, objek dalam penelitian ini adalah perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2007-2008. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap

nilai perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta periode 2007-2008. Proporsi Komisaris Independen sebagai variabel pemoderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap hubungan *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) dengan nilai perusahaan. Dengan kata lain, komisaris independen bukan merupakan variabel pemoderasi. Hal ini mungkin terjadi karena proporsi komisaris independen dalam perusahaan yang diobservasi hanyalah bersifat formalitas untuk memenuhi regulasi sehingga keberadaan komisaris independen tidak untuk menjalankan fungsi monitoring yang baik dan tidak menggunakan independensinya untuk mengawasi kebijakan direksi.

Yang keenam, Cintamy Prananti Putri (2013) melakukan penelitian tentang analisis pengaruh rasio Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* dan *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Earning Per Share* dan *Return On Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya EPS dan ROE tidak dapat digunakan untuk menentukan nilai perusahaan.

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul / Obyek	Variable Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1	Endang Sihotang (2018)	Pengaruh Kinerja Keuangan pada Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2014-2016	-Variabel Dependen menggunakan Nilai Perusahaan -Variabel Independen menggunakan Kinerja Keuangan perusahaan yang diukur dengan <i>Return On Aassets (ROA)</i> . -Variabel Moderasi menggunakan Pengungkapan CSR	-Analisis regresi linear berganda	Kinerja keuangan yang diproksikan oleh <i>return on assets (ROA)</i> berpengaruh pada nilai perusahaan sedangkan pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi (memperkuat dan memperlemah) terhadap hubungan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan

2	Rilla Gantino (2016)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014	-Variabel Dependen menggunakan Kinerja Keuangan yang diproksikan oleh return on equity (ROE), return on asset (ROA) dan price book value (PBV) -Variabel Independen menggunakan <i>Corporate Social Responsibility</i>	-Analisis regresi linear sederhana	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan oleh return on equity (ROE), return on asset (ROA) dan price book value (PBV).
3	Farianita Lestari dan Dewi Rahmayanti (2014)	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan <i>sengan Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan pertambangan	-Variabel independen menggunakan Profitabilitas - Variabel dependen menggunakan Nilai Perusahaan -Variabel Moderasi	-Moderated Regression Analysis	ROA berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan NPM tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, CSR tidak berpengaruh

		yang terdaftar di BEI periode 2010-2014	menggunakan <i>Corporate Social Responsibility</i>		signifikan terhadap nilai perusahaan dan CSR mampu mempengaruhi hubungan ROA dengan Nilai Perusahaan tetapi CSR tidak mampu memoderasi NPM dan Nilai Perusahaan
4	Desi Irayanti dan Altje L. Tumbel (2014)	Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012.	-Variabel dependen menggunakan Nilai Perusahaan -Variabel Independen menggunakan Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan DER dan NPM	-Analisis regresi linear berganda	Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan NPM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

5	Herry Sussanto dan Carningsih (2013)	Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Hubungan antara Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada periode 2007-2008	-Variabel Dependen menggunakan Nilai Perusahaan -Variabel Independen menggunakan Kinerja Keuangan -Variabel Moderasi menggunakan <i>Good Corporate Governance</i>	-Analisis regresi linear berganda	Kinerja keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan Komisaris Independen sebagai variabel pemoderasi tidak berpengaruh terhadap hubungan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan
6	Cintamy Prananti Putri (2013)	Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Di Bursa Efek	-Variabel Dependen menggunakan Nilai Perusahaan -Variabel Independen menggunakan Profitabilitas yang	-Analisis regresi linear berganda	Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA dan NPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

		Indonesia Tahun 2010-2012	diproksikan dengan ROA,NPM,EPS dan ROE		sedangkan EPS dan ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
--	--	------------------------------	---	--	---

Sumber : Data diolah

Penelitian yang dilakukan mengenai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai Perusahaan, dan Kinerja Keuangan telah banyak dilakukan. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil dari penelitian sebelumnya mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Ada peneliti yang mengungkapkan bahwa antara Pengungkapan CSR, Nilai Perusahaan, dan Kinerja Keuangan memiliki hubungan yang positif dan ada pula yang mengemukakan pendapat yang berbeda yaitu memiliki pengaruh negative antara Pengungkapan CSR, Nilai Perusahaan, dan Kinerja Keuangan. Persamaan dari Penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu : kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal ini berhubungan dengan teori yang diungkapkan apabila kinerja perusahaan tinggi, maka laba perusahaan akan meningkat dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan dapat memperkuat respon dari investor terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan. Dengan meningkatnya keuntungan perusahaan maka para investor akan melakukan investasi pada perusahaan tersebut, secara otomatis nilai dari perusahaan tersebut juga akan meningkat.

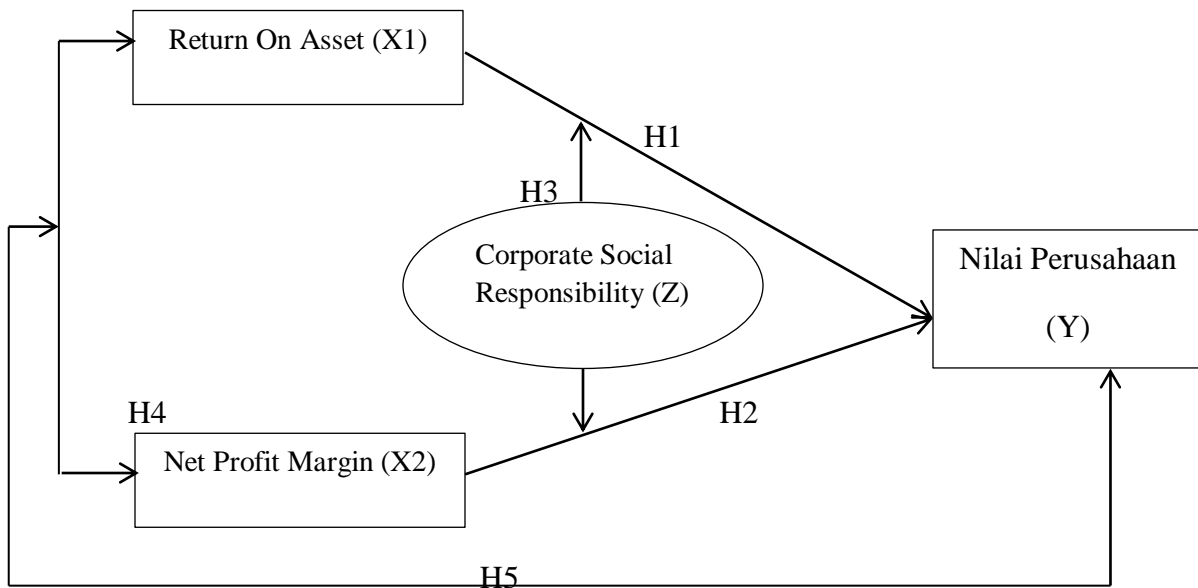
Selain persamaan ada pula perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan saat ini, perbedaannya adalah sebagai berikut:

➤ Objek dalam penelitian.

Dimana dalam penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah perusahaan manufaktur, makanan dan minuman, perusahaan property dan real estate

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018 sebagai objek dari penelitian.

2.3. Model Konseptual Penelitian



2.1. Gambar Model Konseptual

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efektivitas dan efisiensi suatu perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya. Efektivitas apabila manajemen memiliki kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau suatu alat yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efisiensi diartikan sebagai ratio (perbandingan) antara masukan dan keluaran yaitu dengan masukan tertentu memperoleh keluaran yang optimal (Pertwi et al., 2012).

Untuk mengukur kinerja keuangan dapat dilakukan dengan penilaian analisis laporan keuangan. Analisis rasio keuangan dijadikan dasar untuk menilai dan menganalisis prestasi operasi perusahaan atau kinerja perusahaan. Laporan keuangan yang baik dapat dilihat dari fakta bahwa laporan keuangan dapat digunakan untuk membantu memperkirakan pendapatan dan arus kas masa yang akan datang. Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA) mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari perputaran aset yang dimilikinya. *Return On Asset* adalah perbandingan antara laba bersih dengan total aset yang di miliki perusahaan Sudana (2011). Apabila kinerja *Return on Asset* (ROA) tinggi, maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat karena nilai perusahaan ditentukan oleh efisiensi dari aset perusahaan. Semakin efisien perputaran aset, semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi *Return on Asset* (ROA), maka investor memiliki persepsi yang baik terhadap kinerja keuangan di masa yang akan datang. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor. Semakin adanya kepercayaan dari investor terhadap saham, maka saham tersebut semakin aktif diperdagangkan yang secara otomatis dapat meningkatkan harga sahamnya. Harga saham yang meningkat akan membuat Nilai Perusahaan juga ikut meningkat. Bagi sebuah perusahaan, menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah suatu kewajiban agar saham tersebut tetap eksis dan tetap diminati oleh investor (Mahendra, 2012). Menurut Harmono (2009), menyatakan Kinerja fundamental perusahaan yang di proyeksikan melalui dimensi profitabilitas perusahaan memiliki hubungan sebab akibat terhadap nilai perusahaan melalui harga saham dan struktur modal perusahaan bersama dengan besarnya komposisi perusahaan.

Apabila Kinerja Keuangan dikaitkan dengan Nilai Perusahaan maka akan mendapatkan hasil bahwa Kinerja Keuangan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini didukung dengan peneliti terdahulu yang juga mengungkapkan hal yang sama, menurut Endang Sihotang (2018) mengemukakan bahwa Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif

signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Farianita Lestari dan Dewi Rahmayanti (2014) juga menunjukkan hal yang sama ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian Herry Sussanto dan Carningsih (2013) yang megemukakan hasil bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan ROA dan ROE tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi kinerja keuangan dikaitkan atau dihubungkan dengan nilai perusahaan maka yang terjadi adalah kinerja keuangan secara positif mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh peneliti. Dimana dikatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan tinggi maka laba yang dihasilkan perusahaan akan meningkat sehingga akan mempengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya. Dengan demikian maka secara otomatis nilai perusahaan akan meningkat.

2.4.2 Pengaruh Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima dari kegiatan operasionalnya (Dendawijaya,2009). Menurut Martono dan Agus Harijito (2014:60) *Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih yaitu penjualan sesudah dan dikurangi seluruh expense termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* (NPM) mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasional perusahaan. Semakin besar NPM berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan tingginya laba dan/atau rendahnya beban operasional, karena laba yang tinggi ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik dan perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dan nilai perusahaan akan semakin membaik dengan pendapatan laba dari penanaman

modal para investor. Selain itu, rasio NPM dapat mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam menjalankan kegiatan. Jika kinerja perusahaan baik maka akan memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan yang juga meningkat, begitu juga sebaliknya.

2.4.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memoderasi hubungan Kinerja Keuangan yang diprosikan dengan Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (Stakeholder). Yang dimaksud pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, ataupun operasi perusahaan. Pengungkapan sosial perusahaan meliputi rincian dari lingkungan fisik, energy, sumber daya manusia, produk, dan hal yang terkait dengan masyarakat (Rahmawati, 2015:192). Dengan demikian CSR dengan aspek lingkungannya akan mempengaruhi dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dalam hal ini nilai perusahaan. Dalam menjalankan CSR suatu perusahaan akan mengurangi kesulitan karena perusahaan yang tidak melakukan CSR akan cenderung mendapatkan protes dari masyarakat yang dapat mengakibatkan terhentinya kegiatan operasional suatu perusahaan sehingga dapat menimbulkan kerugian, sebaliknya perusahaan yang melakukan CSR dengan baik dapat terhindar dari protes masyarakat sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan efektif sehingga dapat mencapai tujuan profit keseluruhan.

Perusahaan secara tidak langsung akan meningkatkan kinerja keuangan dengan mudah dengan menjalankan CSR karena produk perusahaan tersebut akan di terima oleh pasar berkaitan kepedulian lingkungan (CSR). Pasar juga memberikan respon terhadap alokasi biaya CSR yang dilakukan perusahaan sehingga alokasi biaya CSR di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya apabila perusahaan tidak memberikan respon baik terhadap CSR

maka nilai perusahaan buruk (Hermawan dan Maf'ulah, 2014). Semakin tinggi kinerja keuangan sebuah perusahaan maka semakin banyak pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan dengan kinerja yang tinggi akan membuat manajemen bangga dengan prestasi yang telah dicapai dan akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak kepada publik dalam hal mempromosikan kesan positif dari kinerja perusahaan. Maka dari itu baik dari definisi tersebut dapat dinyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan akan berlomba-lomba mengungkapkan *corporate social responsibility* agar *stakeholder* akan semakin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan. Perusahaan rela mengeluarkan biaya yang besar pada tanggung jawab social karena *Corporate Social Responsibility* dijadikan sebagai cara agar kinerja perusahaan terlihat baik dihadapan pelanggan dan *stakeholder*.

Kemudian Rustriani (2010) juga mengatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Erdianty (2016) Semakin tinggi pengungkapan CSR dari sebuah perusahaan akan ikut meningkatkan kinerja keuangan yang nantinya berpengaruh terhadap harga saham perusahaan tersebut. Selain itu saat ini perusahaan sedang berlomba-lomba mengeluarkan laporan tentang CSR. Selain karena adanya undang-undang yang mengatur perusahaan mengeluarkan laporan CSR juga untuk pencitraan perusahaan itu sendiri. Sehingga dapat menarik investor lebih banyak lagi. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan semakin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan (Putri H. dan Raharja Surya, 2013). Oleh karena itu, pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *Return On Asset* dan nilai perusahaan seperti hasil penelitian

yang dilakukan oleh Farianita Lestari dan Dewi Rahmayatnti (2014) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* mampu memoderasi hubungan ROA terhadap nilai perusahaan.

2.4.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memoderasi hubungan Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan

Pelaksanaan CSR memberikan banyak manfaat positif bagi perusahaan antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta. Citra perusahaan menjadi perhatian penting bagi calon investor. Citra perusahaan dapat dinilai melalui profitabilitas perusahaan, sehingga citra tersebut perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan melakukan kegiatan CSR diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan dalam mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan stakeholders dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan (Rosdwianti et al, 2016)

Net Profit Margin merupakan perbandingan laba bersih dan penjualan, semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Tujuan utama sebuah perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan tidak hanya dihadapkan kepada bentuk tanggung jawab single bottom line saja, yaitu dimensi keuangan, tetapi juga kepada triple bottom line, yaitu dimensi keuangan, lingkungan, dan social. Nilai perusahaan akan bertahan dan tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan tersebut mampu menerapkan dan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan sosial.

Pengungkapan *corporate social responsibility* yang baik mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Variabel moderating CSR akan turut menginteraksi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan pada suatu kondisi tertentu. Desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Apabila perusahaan memiliki NPM tinggi maka akan meningkatkan harga saham perusahaan dan secara otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Dan hal ini akan meningkatkan laba perusahaan, sebagian dari laba tersebut digunakan untuk alokasi pembiayaan CSR. Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara pasti akan mengurangi laba yang diperoleh perusahaan, namun sebenarnya biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan yang nilainya bisa saja lebih besar dari biaya CSR yang dikeluarkan sehingga meningkatkan perolehan laba. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikeluarkan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan NPM.

2.4.5 Kinerja keuangan yang diproksikan dengan Return On Asset (ROA) dan Net Profit Margin (NPM) secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Rahayu, 2010). Untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba menggunakan rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM).

Return On Assets dan *Net Profit Margin* di suatu perusahaan, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan operasinya. Semakin tinggi rasio-rasio

tersebut maka semakin baik operasi suatu perusahaan, dengan kata lain ROA dan NPM yang tinggi memberikan indikasi kinerja yang baik yang pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan di pasar. Dengan demikian besar kecilnya nilai ROA dan NPM merupakan gambaran besar kecilnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan penggunaan keseluruhan aktiva perusahaan yang dimiliki serta hal ini akan berpengaruh terhadap naik turunnya harga saham perusahaan dan berpengaruh juga terhadap nilai perusahaan. Dalam analisis laporan keuangan perusahaan untuk berinvestasi saham, pihak investor akan melihat ROA dan NPM sebagai langkah awal dalam melihat kinerja perusahaan. Semakin baik dan semakin naik ROA dan NPM di yang diperoleh pihak perusahaan, maka semakin baik pula pandangan investor terhadap perusahaan tersebut. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi pasar dimana minat beli terhadap saham perusahaan juga akan mengalami peningkatan sehingga nilai suatu perusahaan juga akan meningkat karena harga saham merupakan fungsi dari Nilai Perusahaan.

Hipotesis :

- H1: Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H2: Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H3: *Corporate Social Responsibility* secara positif dan signifikan dapat memoderasi hubungan antara pengaruh Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

- H4: *Corporate Social Responsibility* secara positif dan signifikan dapat memoderasi hubungan antara pengaruh Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H5: Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan *Return On Asset* dan *Net Profit Margin* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.