

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori keagenan (*agency theory*) yaitu hubungan antara 2 pihak yang pertama pemilik (*principal*) dan yang kedua manajemen (*agent*). Teori agensi menyatakan bahwa apabila terdapat pemisahan antara pemilik sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen yang menjalankan perusahaan maka akan muncul permasalahan agensi karena masing masing pihak tersebut akan selalu berusaha untuk memaksimalkan fungsi utilitasnya (Astria, 2011). Brigham & Daves (2004), menyatakan bahwa hubungan keagenan terjadi ketika satu individu atau lebih yang disebut *prinsipal* (pemilik) yang mempekerjakan orang lain yang disebut agen (manajer) untuk melaksanakan pekerjaan dan kemudian mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen yang bersangkutan.

Sondang (2011) menggunakan tiga asumsi sifat dasar manusia guna menjelaskan tentang teori agensi yaitu manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*Self interest*), manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai selalupersepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan manusia selalu menghindari risiko (*risk averse*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia kemungkinan besar akan bertindak berdasarkan sifat *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya.

2.1.2 Teori Stakeholder

Waryanti (2009) menyatakan bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan dimulai dengan asumsi

bahwa nilai (*value*) secara *eksplisit* dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha.

Ghozali & Chariri (2007) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Selanjutnya Utama (2010) menjelaskan bahwa dalam teori *stakeholder* pelaksanaan CSR tidak hanya dihadapkan kepada pemilik atau kepada pemegang sahamnya saja, tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder* (Nor Hadi, 2010).

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan mentitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008). Heri (2013) menyatakan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu *issue* tertentu di masyarakat atau lingkungan yang lebih baik. Menurut Cheng & Yulius (2011), aktivitas CSR dapat memberikan banyak manfaat, seperti dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata investor serta analisis keuangan penjualan, dapat menunjukkan *brand positioning* dan dapat meningkatkan penjualan dan *market share*.

Tujuan dari CSR menurut Saputri (2011) adalah untuk meningkatkan citra perusahaan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk

memberikan informasi kepada investor. Trevino & Nelson (2007) berpendapat CSR dapat dikonsepsikan sebagai pyramid yang terdiri dari empat macam tanggungjawab, yaitu tanggungjawab ekonomi, tanggungjawab hukum, tanggungjawab etis, dan tanggungjawab berperikemanusiaan. Selanjutnya Elkington (1997) menyatakan bahwa CSR dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu *People*, *Profit*, dan *Planet*.

2.1.4 Nilai Perusahaan

Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian sebuah perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda (Martono dan Agus Harjito, 2005). Mahendra (2011) menjelaskan bahwa nilai perusahaan (*enterprise value/firm value*) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Christiawan & Tarigan (2007), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan yang pertama yaitu nilai nominal, nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif. Kedua, nilai pasar sering juga disebut kurs yakni harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham. Selanjutnya nilai intrinsik, merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari. Berikutnya nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Terakhir yaitu nilai

likuidasi, adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Menurut Sukamulja (2004) ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, misalnya *price earning ratio* (PER), *market-to-book ratio*, *g's Q*, *price flow ratio*, dan *market-to-sales ratio*. Ramadhani & Hadiprajitno (2012), rasio *Tobin's Q* memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan. Untuk itu, rasio ini dinilai dapat memberikan informasi yang paling baik.

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan dalam menentukan nilai perusahaan adalah menggunakan *Tobin's Q*. Menurut Herawati (2008), rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin tahun 1967. Jika *Tobin's Q* di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika *Tobin's Q* di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik. Jadi, *Tobin's Q* merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya.

Tobin's Q merupakan alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan yang dikembangkan oleh James Tobin. Metode ini dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rasio ini lebih unggul daripada nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini lebih fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap beberapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

- Q = Nilai perusahaan
EMV = Nilai pasar ekuitas
EBV = Nilai buku dari total aktiva
D = Nilai buku dari total utang

2.1.5 Profitabilitas

Brigham (2001) berpendapat bahwa profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan ini menyangkut pada sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca. Kamil dan Herusetya (2012) berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio, salah satunya adalah *Return on Assets* (ROA). ROA sering disebut juga sebagai rentabilitas ekonomis, merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan Sutrisno (2012:222). ROA digunakan karena dapat memberikan pengukuran yang memadai atas keseluruhan efektifitas perusahaan dan ROA juga dapat memperhitungkan profitabilitas. Menurut Van Horne (2005:225) ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk beroperasi, perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya apabila ROA negatif menunjukkan bahwa dari total yang dipergunakan, perusahaan mendapatkan kerugian.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama pada neraca dan laba rugi. Kasmir (2008:197), menerangkan bahwa ada beberapa tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu untuk menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu, untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan aset sendiri, untuk mengukur produktivitas seluruh data perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri, untuk melihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya ketiga dilakukan oleh Ayu & Suarjaya (2017) menguji tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi menggunakan sampel sebanyak 24 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014. Variabel yang digunakan CSR, Nilai Perusahaan, Profitabilitas dengan hasil penelitian profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya selanjutnya dilakukan oleh Gantino (2016), menguji tentang pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014 menggunakan data 38 sampel perusahaan manufaktur. Variabel yang digunakan CSR, Kinerja Keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROE. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA.

Penelitian sebelumnya selanjutnya dilakukan oleh Ratih & Setyarini (2014), menguji mengenai pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai *variable intervening* pada perusahaan pertambangan yang *Go Public* di BEI dengan data semua perusahaan yang *Go Public* di BEI tahun 2012. Variabel yang digunakan GCG, CSR, nilai perusahaan, kinerja keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan pada pengujian hipotesis dengan regresi untuk mengetahui pengaruh langsung variabel GCG terhadap kinerja keuangan (ROA) diperoleh hasil bahwa hanya unsur KPI yang terbukti berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA) sedangkan unsur IDK tidak terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (ROA). Pada pengujian dengan regresi untuk mengetahui pengaruh langsung variabel CSR terhadap Kinerja Keuangan (ROA) diperoleh hasil bahwa CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (ROA.) Pada pengujian hipotesis dengan regresi untuk mengetahui pengaruh langsung kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*) diperoleh hasil bahwa ROA tidak terbukti berpengaruh terhadap *Tobin's Q*.

Berbagai Penelitian telah dilakukan diantaranya Rosiana, Juliarsa, & Sari (2013) menguji tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoersi menggunakan data 11 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2012. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah CSR, nilai perusahaan, Profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Variabel profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang selanjutnya dilakukan oleh Sindhudiptha & Yasa (2013), menguji mengenai pengaruh CSR pada kinerja keuangan perusahaan dan implikasinya terhadap nilai perusahaan dengan data 303 sampel yang terdaftar di BEI periode 2009-2011. Variabel yang digunakan CSR, kinerja keuangan perusahaan, nilai perusahaan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang selanjutnya dilakukan oleh Nur & Priantinah (2012), menguji tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia (studi empiris pada perusahaan berkategori high profile yang listing di Bursa Efek Indonesia) dengan data 66 sampel perusahaan berkategori high profile yang terdaftar di BEI periode 2008-2010. Variabel yang digunakan CSR, faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham publik dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris dan leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Adapun profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, leverage dan pengungkapan media (media exposure) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	SAMPEL	METODE ANALISIS	HASIL PENELITIAN
1.	Dea Putri Ayu, A.A. Gede Suarjaya (2017)	Pengaruh pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Pengaruh profitabilitas terhadap CSR. Pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui CSR.	Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Profitabilitas	sampel sebanyak 24 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014	Metode observasi, partisipasi, teknik analisis jalur (<i>path analysis</i>).	Profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat memediasi

							pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2.	Rilla gantino (2016)	Pengaruh corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014		Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan.	Data 38 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2009-2011	Uji Normalitas data, Uji Koefisien Regresi Parsial (t-test)	Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROE. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa CSR berpengaruh

							positif signifikan terhadap PBV.
3.	Suklimah Ratih, Yulia Setyarini (2014)	Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Pertambahan yang Go Public di BEI.	untuk mengetahui pengaruh GCG yang diproksi Independensi Dewan Komisaris, (IDK), Kepemilikan Institusional (KPI) dan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan ROA sebagai variabel intervening.	Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Kinerja Keuangan.	Yaitu semua perusahaan bidang pertambangan yang telah <i>go public</i> tahun 2012.	Analisis Jalur, Uji Partial (Uji t).	Pada pengujian hipotesis dengan regresi untuk mengetahui pengaruh langsung variabel GCG terhadap Kinerja Keuangan (ROA) diperoleh hasil bahwa hanya unsur KPI yang terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (ROA) sedangkan unsur IDK tidak terbukti berpengaruh

							<p>terhadap Kinerja Keuangan (ROA). Pada pengujian dengan regresi untuk mengetahui pengaruh langsung variabel CSR terhadap Kinerja Keuangan (ROA) diperoleh hasil bahwa CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (ROA.) Pada pengujian hipotesis dengan regresi untuk mengetahui pengaruh langsung</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

							<p>Kinerja Keuangan (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) diperoleh hasil bahwa ROA tidak terbukti berpengaruh terhadap Tobin's Q. Pada pengujian hipotesis dengan cara membandingkan koefisien pengaruh langsung dan hasil perkalian koefisien jalur satu dengan jalur selanjutnya melalui variabel intervening diperoleh hasil tidak satupun model</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

							pengaruh tidak langsung dari GCG dan CSR terhadap Nilai Perusahaan yang terbukti kebenarannya.
4.	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa, Maria M. Ratna Sari (2013)	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi	Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008 sampai 2012 yang mana data dalam	Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Profitabilitas	11 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria sampel di BEI selama periode 2008-2012	Uji Asumsi Klasik: Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas. Analisis Regresi Linear Berganda, Uji	Menunjukkan Variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh pengungkapan CSR

			penelitian berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui teknik dokumentasi.			Kesesuaian Model, Koefisien Determinasi, Uji Statistik t	terhadap nilai perusahaan.
5.	I Nyoman Swastika Yoga Sindhudipta, Gerianta Wirawan Yasa (2013)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan.	untuk mengetahui apakah kinerja keuangan perusahaan memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.	Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan Perusahaan, Nilai Perusahaan.	mengambil sampel sebanyak 303 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011.	Analisis Jalur (<i>path analysis</i>)	Menunjukkan bahwa variabel kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.
6.	Marzully Nur, denies Priantinah M.Si.,Akt (2012)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social	untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan,	Corporate Social Responsibility, faktor	dengan hasil sampel 66 perusahaan berkategori high	metode regresi berganda.	menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham publik dan pengungkapan media

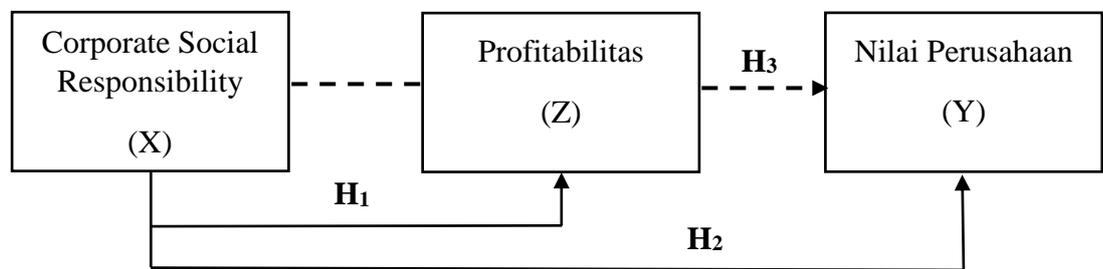
		Resonsibility di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)	kepemilikan saham publik, dewan komisaris, leverage dan pengungkapan media terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.	-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.	profile yang terdaftar di BEI periode 2008-2010.		tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris dan leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Adapun profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan
--	--	--	---	---	--	--	---

							komisaris, leverage dan pengungkapan media (media exposure) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
--	--	--	--	--	--	--	---

2.3 Model Konseptual

Kerangka pemikiran memiliki tujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai konsep pemikiran dalam menjalankan penelitian ini. Penyusunan kerangka pemikiran dilakukan atas dasar pemahaman peneliti terhadap tinjauan teoritis serta penelitian terdahulu yang telah dikasi penulis pada bagian sebelumnya. Kerangka pemikiran ini akan dijadikan dasar oleh peneliti untuk membentuk hipotesis dan instrument penelitian yang akan digunakan.

Gambar 2.1 Model Kerangka Konseptual



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas

Perusahaan tentu saja berusaha untuk mencapai tujuannya, salah satu tujuannya adalah untuk mencapai laba sebesar-besarnya, beberapa perusahaan sadar akan dampak yang terjadi terhadap lingkungan tempat mereka menjalankan operasi persusahaannya, maka dari itu timbul suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholder* (Almar, Rachmawati, & Murni, 2012). Pelaksanaan CSR dapat memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, sehingga dapat menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta. Reputasi perusahaan menjadi perhatian oleh calon investor yang dapat dinilai melalui profitabilitas perusahaan sehingga perlu dijaga yang gunanya untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ajide & Aderemi (2014) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan uraian di atas, dapat disusun hipotesis:

H₁: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas

2.4.2 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Jo & Harjoto (2011), menyatakan bahwa pengungkapan CSR yang lebih luas berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan sebagai upaya mengirimkan tanda reputasi positif di mata *stakeholder* terkait kepedulian perusahaan terhadap kelangsungan hidup dan prospek kinerja perusahaan di masa mendatang Indrawan (2011) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gherghina, Vintilă, & Dobrescu (2015) dan Agustina (2013), menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dapat disusun hipotesis :

H₂: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan Nilai Perusahaan

2.4.3 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

Menurut Kusumadilaga (2010), nilai perusahaan akan dapat bertumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan dapat memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ketiga dimensi tersebut dapat dicapai melalui penerapan CSR sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan terhadap keseimbangan lingkungan disekitarnya serta peningkatan kesejahteraan *stakeholder*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suhartini & Megasyara (2018), menemukan bahwa peran profitabilitas dapat memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dapat disusun hipotesis :

H₃: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas