

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)**

Menurut Freeman et al (2002) dalam Octavia & Hermi (2014) menyatakan bahwa “konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970an, 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. Stakeholder dimulai dengan asumsi bahwa nilai (value) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian kegiatan usaha”

Menurut Sitanggang dan Ratmono (2019) “Teori stakeholder menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuan perusahaan menyeimbangkan beragam kepentingan dari para stakeholder atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba”.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (M,Rehy dan M,Denies,2012:87)

Pada intinya segala aktifitas operasi perusahaan harus berorientasi pada tindakan memaksimalkan laba untuk mencapai kepentingan pemegang saham. Akan tetapi jika orientasi lebih luas lagi, tidak hanya sebatas untuk pencapaian laba untuk pemegang saham. Semua yang terlibat dalam keberlangsungan perusahaan harus menjadi prioritas. Artinya, perusahaan yang bisa memaksimalkan kinerja semua aspek dengan baik seperti kinerja keuangan, lingkungan, sosial, ekonomi, karyawan dan lainnya akan menjadi penilaian yang positif bagi semua pihak.

### 2.1.2. Teori Legitimasi

Menurut Dowling dan Pfeffer (1975:122) dalam Lindawati dan Puspita (2015) “Teori Legitimasi merupakan teori lain yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta berhubungan erat dengan teori stakeholder. Legitimasi akan mengalami pergeseran seiring dengan perubahan lingkungan dan masyarakat tempat perusahaan berada”.

Menurut Lingga dan Suaryana (2017) “Legitimasi merupakan suatu bentuk pengakuan dari masyarakat terhadap perusahaan. Pengakuan tersebut didapatkan karena perusahaan telah mampu menyelaraskan tujuan ekonominya dengan lingkungan disekitar perusahaan yang berdampingan dengan masyarakat. Artinya, jika perusahaan ingin mendapatkan nilai perusahaan yang baik, maka perusahaan harus meningkatkan kinerja atau pengelolaan lingkungannya melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)”.

Menurut Lastanti dan Salim (2018) “Dalam upaya memperoleh legitimasi, perusahaan melaksanakan aktivitas sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pengungkapan di laporan tahunan perusahaan secara publikatif. Hal tersebut dilakukan untuk meyakini seluruh stakeholder bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma yang berlaku dan bisa diterima sebagai bentuk keberadaan perusahaan itu sendiri”. Dalam hal ini 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. 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.

### 2.1.3. Teori Pesinyalan (*Signalling Theory*)

Teori pensinyalan dikembangkan oleh Ross (1977). Menurut Lastanti dan Salim (2018) “Perusahaan memiliki kewajiban untuk mengungkapkan laporan sebagai informasi bagi stakeholder. Laporan tersebut terdiri atas laporan keuangan dan laporan tahunan”. Perusahaan akan mencoba menyajikan informasi yang lebih lengkap, misalnya dengan menambahkan informasi aktivitas *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR). Perusahaan dapat menggunakan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai nilai keunggulan kompetitif dibanding perusahaan yang tidak.

Menurut Vernimmen (2009) dalam Ratih dan Setyarini (2014) menyatakan sebagai berikut “ *Signalling theory states that corporate financial decisions are signals sent by the company's managers to investors in order to shake up these asymmetries*”. Pentingnya stakeholder khususnya kreditor dan investor dalam memanfaatkan informasi baik yang bersifat keuangan ataupun non keuangan untuk mengambil keputusan bisnisnya dan melemahkan asimetri informasi.

Laporan keuangan dapat memberikan informasi terkait kinerja perusahaan kepada pihak eksternal. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengungkapan tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pelaku pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut dan diterima oleh para pelaku pasar. Jika suatu perusahaan memiliki kinerja keuangan yang tinggi maka dapat memberikan sinyal positif bagi investor atau masyarakat melalui laporan keuangan atau laporan tahunan yang akan diungkapkan.

#### 2.1.4. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih banyak menitikberatkan pada pemahaman tentang komitmen perusahaan untuk menjamin keberlanjutannya tidak hanya berorientasi pada pencapaian dari segi finansial namun juga menjaga hubungan yang serasi dan seimbang dengan nilai, norma, budaya masyarakat setempat dan lingkungan (Lindawati dan Puspita, 2015:158)

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban yang

dilakukan oleh perusahaan dalam menarik perhatian semua pihak. Sebuah perusahaan yang ingin bertahan lama tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi perusahaan juga melakukan tanggungjawab social melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu upaya perusahaan untuk menarik perhatian semua pihak baik stakeholder maupun shareholder. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada stakeholder harus dilakukan karena manfaatnya yang sangat berpengaruh bagi berdirinya perusahaan, khususnya untuk investasi jangka panjang yaitu sebagai strategi dalam meraih keunggulan dari perusahaan lainnya, sebagai sarana meningkatkan nilai pemegang saham, dan juga sebagai sarana pemasaran.

#### 2.1.5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga pasar saham perusahaan. Tingginya harga saham perusahaan sangat berpengaruh pada kesejahteraan pemilik dan pemegang saham karena dengan tingginya harga pasar saham maka akan semakin tinggi juga nilai suatu perusahaan (Oktaviano dan Wijaya,2020). Menurut Suwardika dan Mustanda (2017) “Nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham tentunya akan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti indeks harga saham, tingkat suku bunga, dan kondisi fundamental perusahaan”. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer ataupun komisaris. (Dewi dan Sanica,2017).

Menurut (Fasya,2018) “Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham dipasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil”. Menurut Putri dan Wirakusuma (2020) “Nilai perusahaan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor keuangan dan non keuangan”. Salah satu faktor non keuangan yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai perusahaan dapat diukur dengan harga saham menggunakan rasio penilaian. Rasio penilaian ini memberikan informasi seberapa besar masyarakat

menghargai keberadaan perusahaan, sehingga masyarakat ataupun investor tertarik untuk membeli saham. Berikut beberapa rasio untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu :

1. *Price Earning Ratio* (PER)

*Price Earning Ratio* (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan investor untuk membayar setiap laba yang dilaporkan. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham. Berikut Rumus untuk mengukur *Price Earning Ratio* (PER) :

$$PER = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

2. *Price to Book Value* (PBV)

*Price to Book Value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan harga saham yang diperdagangkan diatas atau dibawah nilai buku saham. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi nilai perusahaan. Berikut Rumus untuk mengukur PBV

$$PBV = \frac{\text{Market Price Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

3. Tobins'Q

Tobins'Q digunakan untuk membandingkan rasio nilai pasar saham dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumus Tobins'Q Yaitu :

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

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan prospeknya di masa depan.

#### 2.1.6. Kinerja Keuangan

Menurut IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) “Kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimiliki”.

Kinerja keuangan adalah gambaran tentang kemampuan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya yang dilihat berdasarkan sisi keuangan seperti kemampuan memperoleh keuntungan, kemampuan meningkatkan nilai perusahaan, kemampuan membayar kewajiban, kemampuan mempertahankan bisnisnya untuk masa yang akan datang dan mensejahterakan pemegang saham (Hartono,2019). Kinerja keuangan merupakan pencapaian prestasi perusahaan pada suatu periode yang menggambarkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan perusahaan secara periodik atau berkala yang memberikan suatu gambaran tentang posisi keuangan suatu perusahaan. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan digunakan oleh investor untuk memperoleh perkiraan tentang laba dan dividen di masa mendatang dan resiko atas penilaian tersebut.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur menggunakan rasio keuangan. Menurut Wibowo (2018) ”Analisis rasio keuangan mempertimbangkan empat aspek organisasi, yakni: likuiditas, profitabilitas, leverage, dan operasi. Likuiditas berkaitan dengan kecukupan kas perusahaan atau aset jangka pendek untuk memenuhi utang yang akan dibayar dalam setahun. Profitabilitas mengukur apakah operasi sehari-hari menghasilkan pendapatan memadai untuk menutup biaya dan investasi ulang dalam misi organisasi. Leverage ratio terkait dengan sumber pendanaan atas aset perusahaan, dengan fokus khusus pada jumlah utang jangka panjang. Rasio operasi digunakan untuk menilai efisiensi dan efektivitas”. Menurut Lastanti dan Salim (2018) “Rasio yang digunakan dalam menilai profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA) karena dapat menunjukkan efektivitas kinerja perusahaan dalam penggunaan aset untuk menghasilkan keuntungan pada suatu periode”.

Sejalan dengan pendapat Lastanti dan Salim (2018) “Kinerja keuangan dalam penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas. Profitabilitas adalah suatu

ukuran yang biasa digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu untuk menghasilkan keuangan atau laba pada tingkat maksimal”. Profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atau efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.

Dalam penelitian ini kemampuan laba diwakili oleh *Return On Assets* (ROA), yaitu dengan membandingkan laba bersih dengan total aktiva atau aset perusahaan. Menurut Wardayani dan Wahyuni (2016) ”*Return On Asset* (ROA), *Return On Assets* merupakan rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola asset-asetnya secara efektif”. Meningkatnya ROA, akan berpengaruh positif artinya perusahaan berhasil mengelola asetnya dengan baik dan informasi tersebut diungkapkan dalam laporan keuangan dan laporan tahunan yang digunakan oleh investor sebagai pertimbangan sebelum menanamkan dananya di perusahaan Rasio ROA dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

## **2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Beberapa topik penelitian terdahulu telah membahas topik terkait dengan penelitian ini. Namun terdapat hasil yang berbeda-beda mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan, dan kinerja keuangan. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi pembanding dan referensi untuk penelitian ini:

Ratih dan Setyarini (2014) melakukan penelitian tentang pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai *variable intervening*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang telah go public di BEI tahun 2012. Metode penelitian yang digunakan adalah model analisis jalur dengan menggunakan program Software SPSS for Windows release 15.0. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tidak ada pengaruh tidak langsung hipotesis *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) yang terbukti.

Panjaitan (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai *variable intervening* dan moderating. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dalam barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji analisis jalur, uji sobel test dan bootstrapping, uji interaksi dan uji hipotesis. Hasil penelitian pada penelitian ini adalah Variabel tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Putra dan Wirakusuma (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear



sederhana dan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan.

Moina, F. A., Kamaliah, & Desmiyawati. (2016) melakukan penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai mediator dan jenis industry sebagai moderator. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2014. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas dan analisis jalur dengan kombinasi moderasi dan mediasi, menggunakan SPSS versi 21. Hasil penelitian tersebut adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ardiyanto dan Haryanto (2017) melakukan penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variable intervening. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi, uji asumsi klasik. Hasil penelitiannya yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan (ROA dan ROE) dimana ROE dapat memediasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Dewi dan Sanica (2017) melakukan penelitian tentang Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q). Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2015. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan uji statistic deskripsi, uji asumsi klasik, regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Wedayanti dan Wirajaya (2018) melakukan penelitian tentang pengaruh pengungkapan pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Teknik analisis data yang digunakan adalah Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian membuktikan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan.

Robert (2019) melakukan penelitian tentang efek profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel mediasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2016. Metode Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah metode regresi Two Stage Least Square. Hasil penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memediasi pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Lastanti dan Salim (2019) melakukan penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG), dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014–2016. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Putri dan Wirakusuma (2020) melakukan penelitian mengenai profitabilitas sebagai pemoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Moderated Regression Analysis (MRA) dengan Uji Interaksi. Hasil penelitian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh pada nilai perusahaan sedangkan Profitabilitas memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan.

Tabel 2. 1  
Penelitian Terdahulu

<b>NO</b>	<b>NAMA PENELITI</b>	<b>VARIABEL</b>	<b>METODE ANALISIS DAN SAMPEL</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>
1.	Ratih dan Setyarini (Akrual Jurnal Akuntansi 115-132 e-ISSN: 2502-6380 2014)	Variabel bebas (independent variable) : <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i>  Variabel terikat (dependent variable) : ROA (Y1) dan Nilai Perusahaan (Y2).	Metode penelitian yang digunakan adalah model analisis jalur dengan menggunakan program Software SPSS for Windows release 15.0.  Sampel: perusahaan pertambangan yang telah go public di BEI tahun 2012.	Tidak ada pengaruh tidak langsung hipotesis GCG dan CSR terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) yang terbukti.

2.	Panjaitan (Jurnal TEKUN Volume VI, No.01, Maret 2015: 54-81)	Variabel bebas (independent variable) : <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel terikat (dependent variable): nilai perusahaan  variabel moderating : profitabilitas  variabel intervening : profitabilitas	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji analisis jalur, uji sobel test dan bootstrapping, uji interaksi, dan uji hipotesis.  Sampel : perusahaan manufaktur yang bergerak dalam barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3.	Putra dan Wirakusuma (E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.13.No.2 Nov. 2015. (hal 461- 475))	Variabel bebas (independent variable) : <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel terikat (dependent variable): nilai perusahaan  variabel moderating : profitabilitas	Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi moderasi  Sampel : perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013.	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada nilai perusahaan.

4.	Moina, F. A., Kamaliah, & Desmiyawati. (Jurnal Ekonomi Volume 24, Nomor 3 September 2016)	<p>Variabel bebas (independent variable) : <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel terikat (dependent variable): nilai perusahaan variabel mediasi: profitabilitas dan jenis industry</p>	<p>Metode analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas dan analisis jalur dengan kombinasi moderasi dan mediasi, menggunakan SPSS versi 21.</p> <p>Sampel : perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2014.</p>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5.	Ardiyanto, dan Haryanto (Dipenogoro Journal Of Accounting Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Hal 1-15)	<p>Variabel bebas (independent variable) : <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel terikat (dependent variable): nilai perusahaan</p> <p>variabel intervening : kinerja keuangan</p>	<p>Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi, uji asumsi klasik.</p> <p>Sampel : perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015</p>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan (ROA dan ROE) dimana ROE dapat memediasi pengaruh penungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap nilai perusahaan

6.	Dewi dan Sanica (Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis Volume 2 No 1 Tahun 2017)	Variabel bebas (independent variable) : <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel terikat (dependent variable): Variabel kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan.	Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan uji statistic deskripsi, uji asumsi klasik, regresi linier berganda  Sampel : perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2015.	kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7.	Wedayanti dan Wirajaya (E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.24.3.Sep tember (2018):2304-2332)	Variabel bebas (independent variable) : <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel terikat (dependent variable): nilai perusahaan  variabel Moderasi : ukuran perusahaan	Teknik analisis data yang digunakan adalah Moderated Regression Analysis (MRA)  Sampel : perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016.	Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada nilai perusahaan.

8.	Robert (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan Volume 3/No.5/September - 2019: 67-72)	variabel independen: nilai(Tobin's Q)  variabel dependen : profitabilitas(ROE)	Metode penelitian menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah metode regresi Two Stage Least Square (2SLS).  Sampel : perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2016	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> mampu memediasi pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.
9.	Lastanti dan salim (Jurnal Akuntansi Trisakti ISSN : 2339- 0832 (Online) Volume. 5 Nomor. 1 Februari 2018: 27-40)	Variabel bebas (independent variable) : <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> dan kinerja keuangan Variabel terikat (dependent variable): nilai perusahaan	Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda.  Sampel : seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014–2016	Variabel pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

10.	Putri dan Wirakusuma (E-JA e-Jurnal Akuntansi e-ISSN 2302-8556 Vol. 30 No. 1 Denpasar, Januari 2020 Hal. 28-38)	Variabel bebas (independent variable) : <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel terikat (dependent variable): nilai perusahaan  variabel moderasi: profitabilitas	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Moderated Regression Analysis (MRA) dengan Uji Interaksi.  Sampel: perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh pada nilai perusahaan sedangkan Profitabilitas memperkuat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada nilai perusahaan.
-----	---	--	--	---

### 2.3. Model Konseptual Penelitian

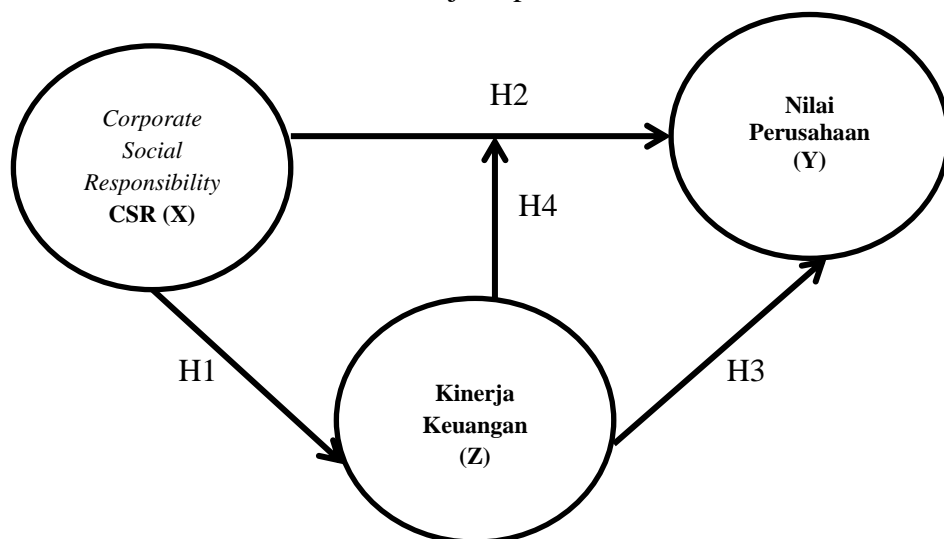
Model konseptual sangat erat hubungannya dengan referensi atau litelatur yang digunakan. Model konseptual bisa dijadikan dasar pembentukan hipotesis. Penelitian ini ingin menjelaskan tentang pengaruh pengungkapan *Good Corporate Governance* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi.

Pelaksanaan program *Good Corporate Governance* (CSR) atau pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan investasi yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan *Good Corporate Governance* (CSR) kepada pemegang saham harus dilakukan karena manfaatnya yang sangat berpengaruh bagi berdirinya perusahaan, khususnya untuk investasi jangka panjang yaitu sebagai strategi dalam meraih keunggulan dari perusahaan lainnya, sebagai sarana meningkatkan nilai pemegang saham, dan juga sebagai sarana pemasaran.



Selain pengungkapan *Good Corporate Governance* (CSR), kinerja keuangan dapat dijadikan tolak ukur untuk menilai baik tidaknya nilai perusahaan tersebut melalui laporan keuangan suatu perusahaan. Dalam penelitian ini kinerja keuangan merupakan variabel mediasi dimana kinerja keuangan memediasi atau mempengaruhi hubungan antara pengungkapan *Good Corporate Governance* (CSR) dan nilai perusahaan. Hal ini menjadi dasar peneliti untuk menjadikan variabel nilai perusahaan dan variabel kinerja keuangan sebagai variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (CSR).

Berikut model konseptual yang dibuat dalam bentuk bagan untuk mempermudah memahami maksud dan tujuan penelitian.



Gambar 2. 1  
Kerangka Pikir Penelitian

## 2.4. Pengembangan Hipotesis

### 2.4.1. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Kinerja Keuangan

Menurut Ardiyanto dan Haryanto (2017) "*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk pertanggungjawaban untuk stakeholder eksternal maupun internal yang diberikan oleh perusahaan". Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan citra perusahaan sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik. Adanya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk bina lingkungan melalui pelaksanaan kegiatan

sosial, donasi bencana alam, pendidikan, kesehatan, dan biaya sosial lainnya mengindikasikan tanggung jawab dan kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan disekitarnya (Moina at all,2016). Berdasarkan kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan dimana perusahaan yang melakukan tanggung jawab social besar-besaran dapat dinilai sudah melakukan tanggung jawab social yang baik, dampaknya citra perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan tersebut dapat mengurangi biaya atas kemungkinan tuntutan atau protes yang akan terjadi, sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat. Selain itu,kinerja keuangan yang laporkan melalui laporn keuangan perusahaan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi inverstor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratih dan Setyarini (2014) memperoleh hasil yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (ROA.) hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan (2015) yang memperoleh hasil *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang positif terhadap profitabilitas karena arahnya positif. Temuan ini mampu membuktikan teori pesinyalan sebagai landasan yang menjelaskan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada kinerja keuangan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh pihak perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas suatu perusahaan karena melalui kegiatan tersebut perusahaan akan semakin dikenal dan diterima oleh semua kalangan,jika demikan perusahaan tersebut mampu mendapatkan profit yang maksimal.Dengan ini maka hipotesis yang diuji dalam penelitian sbb :

H1 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan.

#### 2.4.2. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan

Tujuan perusahaan salah satunya ialah meningkatkan nilai perusahaan.Nilai dari perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena

keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, masyarakat dan lingkungan. (Lingga dan Suaryana,2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan (2015) membuktikan bahwa Variabel tanggungjawab sosial perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardiyanto dan Haryanto (2017) membuktikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu strategi jangka panjang agar perusahaan tersebut tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya,dengan pengukapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik maka secara otomatis perusahaan tersebut dapat diterima oleh semua pihak baik stakeholder maupun shareholder sehingga nilai perusahaan akan meningkat.Dengan ini maka hipotesis yang diuji dalam penelitian sbb :

H2 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

#### 2.4.3. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan adalah prestasi perusahaan yang mencerminkan kondisi keuangan (aspek penghimpunan maupun penyaluran dana) yang biasanya diukur dengan rasio, salah satunya rasio profitabilitas (ROA) ( Lastanti dan Salim, 2019). Menurut Oktaviani dan Nugroho (2016) “Salah satu pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi perlu adanya overview suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi”. Kinerja keuangan dianggap berhasil atau berprestasi jika pencapaian yang telah dicapai melalui laporan keuangan yang baik dalam suatu periode tertentu berpengaruh positif bagi semua pihak. Kinerja keuangan dapat dinilai dari beberapa aspek salah satunya adalah semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lastanti dan Salim (2019) membuktikan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

Suwardika dan Mustanda (2017) yang membuktikan bahwa kinerja keuangan (profitabilitas) parsial berpengaruh signifikan dan mempunyai arah yang positif terhadap nilai perusahaan.

Kinerja keuangan suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menunjukkan baik tidaknya nilai suatu perusahaan, kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat melalui laporan keuangan perusahaan tersebut semakin bagus laporan keuangan perusahaan maka dapat menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dengan banyaknya orang yang berinvestasi maka nilai perusahaan tersebut meningkat dari waktu ke waktu. Dengan ini maka hipotesis yang diuji dalam penelitian sbb :

H3 : Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.4. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel mediasi  
Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan pastinya memiliki tujuan, salah satu tujuan tersebut adalah mendapat penilaian yang positif di mata masyarakat, diterima oleh semua kalangan baik stakeholder maupun shareholder. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya dilakukan untuk kepentingan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan semata, melainkan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat diharapkan untuk betul-betul melakukan tanggungjawab social kepada semua pihak sehingga baik pihak perusahaan maupun masyarakat dan pihak lainnya mendapatkan keuntungan yang sama akan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Monia et al (2016) menyatakan bahwa hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi yang diberikan perusahaan termasuk informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian yang dilakukan oleh Ardiyanto dan Haryanto (2017) membuktikan bahwa kinerja keuangan yang diukur melalui ROE dapat memediasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Moina, F. A., Kamaliah, & Desmiyawati. (2016) juga membuktikan hal yang sama yaitu kinerja keuangan (profitabilitas) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat dimana hal tersebut akan memberikan nilai tambah karena beberapa aspek akan mempengaruhi tujuan perusahaan, yakni kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Fenomena tersebut mendukung teori legitimasi yang merupakan suatu bentuk pengakuan keberadaan perusahaan dari masyarakat. Dengan ini maka hipotesis yang diuji dalam penelitian sbb :

H4 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel mediasi.