

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Teori Stakeholder**

Ghozali dan Chariri (2007), teori stakeholder 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. Keputusan manajemen harus memperhatikan stakeholder-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Stakeholder juga mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham, Jensen (2001) dalam Rosiana dkk (2013). Untung (2008), tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (stakeholder), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, stakeholder juga mempunyai hak terhadap perusahaan. Freeman (1984) dalam Mahdiyyah Haisir Muna (2017), dalam teori stakeholder menegaskan bahwa manajer harus memuaskan beragam konstituen (misalnya pekerja, konsumen, supplier, organisasi komunitas lokal) yang dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan. Sesuai dengan pandangan ini, tidak cukup bagi para manajer untuk hanya fokus pada kebutuhan stakeholder, atau pemilik korporat. Teori stakeholder mengimplikasikan bahwa merupakan hal yang menguntungkan bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR agar stakeholder non financial merasa penting, tanpa hal ini kelompok mungkin mundur dan tidak lagi mendukung perusahaan. Atas dasar argumen di atas, Gray, et al (1997) dalam Ghozali dan Chariri (2007), teori stakeholder umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengatur stakeholder-nya. Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk mengatur stakeholder-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Organisasi dapat mengadopsi strategi

aktif atau pasif. Ullman (1985) dalam Ghozali dan Chariri (2007), mengatakan bahwa strategi aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan stakeholder yang dipandang berpengaruh penting. Sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas stakeholder dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian stakeholder. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap stakeholder adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan.

### 2.1.2 Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Rustiarini, 2010). Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain Sari dan Zuhrohtun (2010) dalam Rahayu, (2010).

### 2.1.3 Nilai Perusahaan

#### 2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau para pemegang saham (Brigham dan Houston, 2010:7). Memaksimalkan nilai pasar perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Menurut Husnan (2006:6) nilai perusahaan adalah: "Harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual". Menurut Mahendra (2011) nilai perusahaan adalah: "Nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang beroperasi, adanya kelebihan jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan

perusahaan itu”. Sedangkan Wahyudi dan Pawestri (2006) yang dikutip oleh Noor Laila (2011) adalah: “Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga saham dari pasar perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat”. Dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh kemakmuran pemegang saham. Menurut Sudana (2011:8) Tujuan normatif suatu perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi para pemegang saham, yang dalam jangka pendek bagi perusahaan go public tercermin pada harga pasar saham perusahaan yang bersangkutan di pasar modal. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan karena:

- a. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
- b. Mempertimbangkan faktor resiko.
- c. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
- d. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

#### *2.1.3.2 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan*

Pengukuran nilai perusahaan Weston dan Copelan (2004) dalam rasio penilaian perusahaan terdiri dari:

- a) Price Earning Ratio (PER)

Menurut Tandelilin (2007) PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. 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. PER dapat dihitung dengan rumus:

=Harga pasar perlembar saham / Laba perlembar saham

- b) Price to Book Value (PBV)

Menurut Prayitno dalam Afzal (2012) Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV juga dapat berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang

diperdagangkan overvalued (di atas) atau undervalued (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan rumus: Harga saham per lembar saham/ nilai buku saham.

c) Tobin's Q

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston dan Copeland, 2004). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan.

Modifikasi Tobin's Q sudah secara konsisten digunakan, menurut Chung dan Pruitt (1994) dalam Sari (2017) mereka 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 : Nilai Perusahaan

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

D : Total hutang perusahaan

TA : Total aktiva

- a. Tobin's  $q < 1$  Menggambarkan bahwa saham dalam kondisi undervalued. Manajemen telah gagal dalam mengelola aktiva perusahaan. Potensi pertumbuhan investasi rendah.
- b. Tobin's  $q = 1$  Menggambarkan bahwa saham dalam kondisi average. Manajemen stagnan dalam mengelola aktiva. Potensi pertumbuhan investasi tidak berkembang.
- c. Tobin's  $q > 1$  Menggambarkan bahwa saham dalam kondisi overvalued. Manajemen berhasil dalam mengelola aktiva perusahaan. Potensi pertumbuhan investasi tinggi.

Berdasarkan penjelasan dalam interpretasi di atas, maka investor yang akan mengejar capital gain dapat mengambil keputusan untuk membeli, menahan atau menjual saham yang dimilikinya. Tobin's q didasarkan pada pandangan bahwa nilai pasar modal merupakan nilai keseluruhan modal terpasang dan insentif yang diinvestasikan. Dalam penelitian ini 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 dkk ,2016).

### 2.1.3 Kinerja Keuangan

Kinerja merupakan suatu gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan perusahaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi suatu organisasi yang tertuang dalam strategic planning suatu perusahaan. Sedangkan kinerja keuangan adalah prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan tertuang pada laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan. Pengukuran kinerja keuangan dapat dilakukan dengan penilaian analisis laporan keuangan. Analisis rasio keuangan merupakan dasar untuk menilai dan menganalisis prestasi operasi perusahaan atau kinerja perusahaan. Rasio keuangan dirancang untuk mengevaluasi laporan keuangan, yang berisi data tentang posisi perusahaan pada suatu titik dan operasi perusahaan pada masa lalu. Kinerja manajemen perusahaan memiliki dampak terhadap likuiditas dan solvabilitas harga saham, yang dijadikan dasar oleh para investor dalam melakukan investasi (Junaedi, 2005). Menurut Helfert (2000) kinerja keuangan adalah hasil dari banyak keputusan manajemen yang dibuat secara terus menerus oleh manajer. Penilaian kinerja keuangan perusahaan merupakan upaya untuk mengetahui prestasi yang ingin dicapai oleh perusahaan sebagai suatu unit usaha yang umumnya banyak dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Secara umum, ada banyak teknik analisis dalam melakukan penilaian investasi, tetapi yang paling banyak dipakai adalah analisis yang bersifat fundamental, analisis teknikal, analisis ekonomi, dan analisis rasio keuangan. Menurut Putri (2016), ada dua macam kinerja yang diukur dalam berbagai penelitian, yaitu kinerja operasi perusahaan dan kinerja pasar. Kinerja operasi perusahaan diukur dengan melihat kemampuan perusahaan yang tampak pada laporan keuangannya. Untuk mengukur kinerja operasi perusahaan biasanya digunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuangan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu, rasio yang sering digunakan adalah ROE, yaitu rasio keuangan yang berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dengan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pemegang saham. ROE merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki, sehingga ROE ini ada yang menyebut rentabilitas modal sendiri. Salah satu alasan utama perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham, ukuran yang digunakan dalam pencapaian alasan ini adalah tinggi rendahnya angka ROE yang berhasil dicapai. Semakin tinggi ROE, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk para

pemegang saham. ROE (Return On Equity ) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor. ROE ( Return On Equity ) membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang telah diinvestasikan pemegang saham perusahaan. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif.

#### 2.1.4 Tanggung Jawab Perusahaan (Corporate Social Responsibility)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Untung, 2008). (Milne 1996) dalam Djoko Suhardjanto dan Shinta Nugraheni (2012), menyatakan bahwa corporate social responsibility merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat keseluruhan. Secara konseptual, corporate social responsibility merupakan bentuk pengungkapan yang disajikan dalam laporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh laporan keuangan. Laporan keuangan perusahaan ditujukan kepada pemegang saham, investor, dan kreditor. 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 (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006).

#### 2.1.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Martin Freedman, dalam Henny dan Murtanto (2001) dalam Kuntari dan Sulistyani (2007), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu:

1. Pemeriksaan Sosial (Social Audit)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh

perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut (Henry dan Murtanto, 2001 dalam Kuntari dan Sulistyani, 2007):

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa.

Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Gray, *et al.*, dalam Florence, *et al.*, 2004 menyebutkan ada tiga studi, yaitu:

a. *Decision Usefulness Studies*

Belkaoui (1989) dalam Anggraini (2006) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Para analis, *banker* dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dinilai selama ini, namun juga informasi yang lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important*.

b. *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau tradisional *users* lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

c. *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholder*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*.

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudit* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar (2008), peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu: ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Indikator Kinerja (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

2.1.6 Manfaat Corporate Social Responsibility

Menurut Setianingrum (2015), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu:

a. Profit



Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

#### b. Lingkungan

Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana.

#### c. Sosial atau masyarakat.

Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan-pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Untung (2008) dalam Mardikanto (2014) mengemukakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mereduksi biaya misalnya terkait dampak pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

## 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Telah banyak penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi, namun hasilnya berbeda-beda, ada yang berpengaruh positif signifikan tetapi juga ada yang berpengaruh negatif signifikan.

Penelitian dilakukan oleh Nursasi(2015) pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi. Objek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling dan Uji MRA (Moderated Regression Analysis) adalah analisis data yang dipakai dalam penelitian ini. Hasil uji model menunjukkan nilai R square sebesar 87.2% dengan demikian dapat disimpulkan model penelitian mempunyai kecocokan yang baik dengan data. Artinya variabel kinerja dan CSR sebagai pemoderasi mempunyai kemampuan yang baik untuk memprediksi variasi nilai pada variabel nilai perusahaan. Hasil uji hipotesis menyimpulkan bahwa variabel kinerja keuangan secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan CSR juga terbukti secara statistic mempunyai efek moderasi secara negative terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradita dan Suryono(2018) pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode purposive sampling pada perusahaan Jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2017 dan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan diperoleh total observasi dari sampel sebanyak 129 perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return On Asset, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan dan Corporate Social Responsibility. Metode analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions), Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,034, kemudian pada variabel ukuran perusahaan dengan nilai signifikansi 0,756 dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, analisis variabel moderasi dengan metode Uji Interaksi Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat memoderasi ROA dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan. hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR merupakan variabel pemoderasi.

Penelitian dilakukan oleh Rahayu(2010) pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan Corporate Responsibility dan good Corporate Governance

sebagai variabel pemoderasi. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2007-2009. Sampel penelitian sebanyak 34 perusahaan dengan 102 observasi. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk hipotesis 1 dan analisis regresi berganda dengan Moderated Regression Analysis (MRA) untuk hipotesis 2 dan 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ( $t$  hitung = 0,1362; Sig. = 0,177), sedangkan analisis dengan variabel moderasi MRA menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara ROE dan nilai perusahaan ( $t$  hitung = 0,192; Sig. = 0,848). Kepemilikan manajerial tidak dapat menjadi variabel moderasi yang dapat memoderasi hubungan antara ROE dan nilai perusahaan meskipun menunjukkan pengaruh yang signifikan dan secara timbal balik ( $t$  hitung = -2,433; Sig. 0,017).

Faudiah(2015) melakukan penelitian tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai dengan pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2014. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah pengamatan sebesar 30 sampel yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Metode analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Dalam penelitian ini pengukuran variabel Corporate Social Responsibility (CSR) menggunakan Corporate Social Disclosure Index (CSDI), variabel kinerja keuangan menggunakan Return On Asset (ROA), serta nilai perusahaan menggunakan Price To Book Value (PBV). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan Return On Asset (ROA) terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan Corporate Social Responsibility (CSR) tidak mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) bukan merupakan pemoderasi antara Return On Asset (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV).

Rangkuman dari penelitian terdahulu yang mempunyai hubungan dengan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi terdapat pada tabel berikut ini:

**Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu**

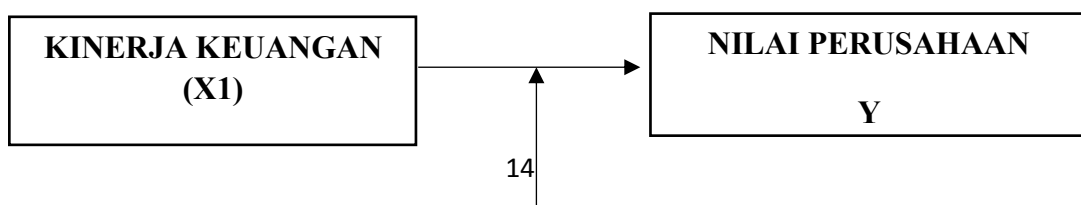
Nama Peneliti dan Tahun	Judul dan Objek	Variabel	Metode Analisis	Hasil
Nursasi (2015)	Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.	Variabel independen: Kinerja Keuangan, Variabel dependen: Nilai perusahaan, Variabel pemoderasi: Corporate Social Responsibility(CSR).	Metode purposive sampling dan Uji MRA (Moderated Regression Analysis).	ROA secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan CSR juga terbukti secara statistic mempunyai efek moderasi secara negative terhadap nilai perusahaan
5 Pradita dan Suryono(2018)	pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi pada perusahaan Jasa yang terdaftar di BEI	Variabel independen: Kinerja keuangan, Variabel dependen: Nilai perusahaan, Variabel pemoderasi: Corporate Social Responsibility(CSR).	analisis regresi linier berganda	ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,034, kemudian pada variabel ukuran perusahaan dengan nilai signifikansi 0,756 dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, analisis variabel moderasi dengan metode Uji Interaksi Moderated Regression Analysis (MRA)

				menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat memoderasi ROA dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan. hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR merupakan variabel pemoderasi.
Rahayu (2010)	pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility dan good Corporate Governance sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Variabel independen: Kinerja keuangan, Variabel dependen: Nilai perusahaan, Variabel pemoderasi: Corporate Social Responsibility (CSR dan good Corporate Governance ).	analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda	ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (t hitung = 0,1362; Sig. = 0,177), sedangkan analisis dengan variabel moderasi MRA menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara ROE dan nilai perusahaan (t hitung = 0,192; Sig. = 0,848). Kepemilikan manajerial tidak dapat menjadi variabel moderasi yang dapat memoderasi hubungan antara ROE dan nilai perusahaan meskipun menunjukkan pengaruh yang signifikan dan secara timbal balik (t hitung = -2,433; Sig. 0,017).

<p>Faudiah &amp; Amananah (2015)</p>	<p>penelitian tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai dengan pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)</p>	<p>Variabel independen: Kinerja keuangan, Variabel dependen: Nilai perusahaan, Variabel pemoderasi: Corporate Social Responsibility(CSR).</p>	<p>analisis regresi linier berganda</p>	<p>ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan Return On Asset (ROA) terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan Corporate Social Responsibility (CSR) tidak mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) bukan merupakan pemoderasi antara Return On Asset (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV).</p>
--------------------------------------	---	---	---	--

### 2.3 Model Konseptual Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

### 2.4 Pengembangan hipotesis

#### 2.4.1 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan diproyeksikan dengan Return On Assets (ROA). Rasio ROA ini digunakan untuk mengukur perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki. Hasil penelitian oleh Nursasi(2015) dan Pradita(2018) menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki hasil ROA tinggi maka semakin baik pula perusahaan dari sisi penggunaan asetnya. Salah satu daya tarik para investor adalah tingkat pengembalian. Dengan tingkat pengembalian yang semakin besar, maka akan berdampak pada harga saham perusahaan di pasar modal, jika harga saham mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan naik. Dengan adanya peningkatan ROA ini nilai perusahaan akan semakin baik. Berdasarkan penjabaran diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Return On Asset (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### 2.4.2 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi

Pada penelitian terdahulu mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan variabel moderasi. Didapatkan hasil bahwa banyak atau bahkan hampir semua penelitian menggunakan proksi ROA menunjukkan hasil bahwa ROA dapat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursasi(2015) dan Pradita(2018) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Selain kinerja keuangan pada laporan keuangan, untuk mengundang banyak investor juga diperlukan pengungkapan CSR karena pada era saat ini calon investor tidak hanya melihat pada laporan keuangan dan

merujuk pada laba saja namun juga pada kegiatan sosial dilakukan perusahaan. Berdasarkan penjabaran diatas, maka dapat yang dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Corporate Social Responsibility memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan.