

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.1.1 Pengertian CSR

CSR menjadi sebuah konsep yang semakin terkenal belakangan ini, tetapi belum mempunyai definisi yang tunggal atau pasti, yang bisa diterapkan dalam sebuah perusahaan, tetapi ada beberapa definisi yang bisa di jadikan acuan pada pengungkapan CSR antara lain :

Menurut (*The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD),2000), Corporate Social Responsibility “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*” Dapat diartikan dalam bahasa Indonesia sebagai komitmen bisnis untuk memberikan 14 kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Menurut (prastowo dan huda, 2011) cara kerja alami suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang besar. sebagaimana di ketahui, berbagai cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang bisa merugikan orang lain baik disengaja maupun tidak disengaja.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007(1), CSR atau Tanggung Jawab Sosial serta lingkungan ialah komitmen perseroan untuk berperan dan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna menaikkan

kualitas kehidupan serta lingkungan yang berguna, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada semestinya.

Sedangkan Undang-Undang nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan CSR menjadi tanggung jawab yang melekat di setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan korelasi yang harmonis, seimbang, serta sesuai dengan lingkungan, nilai, tata cara, dan budaya rakyat setempat.

2.1.1.2 Manfaat Corporate Social Responsibility Bagi Perusahaan

Triple Bottom Line (TBL) pertama kali dikemukakan oleh (Elkington, 1994) dalam bukunya *Cannibals With Forks*. Pendiri perusahaan konsultan *SustainAbility* ini membantu perusahaan-perusahaan dalam mengintegrasikan kegiatan CSR dalam kegiatan bisnisnya. Argumennya adalah bahwa perusahaan harus menyiapkan tiga garis bawah yang berbeda (dan cukup terpisah), yaitu *Profit, People, dan planet*. Berikut penjelasannya:

1. *Profit* (Ekonomi)

Profit atau keuntungan merupakan tujuan dasar dalam setiap kegiatan usaha. Kegiatan perusahaan untuk mendapatkan profit setinggi-tingginya dengan cara meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Peningkatan produktivitas dengan cara membenahi manajemen kerja mulai dari penyederhanaan proses, menurunkan kegiatan yang tidak efisien, menekan waktu proses produksi, dan membangun hubungan jangka panjang dengan para [stakeholders](#) itu sendiri. Efisiensi biaya dapat dilakukan dengan cara menghemat pemakaian material dan mengurangi biaya serendah mungkin (Wibisono, 2007).

2. *People* (Masyarakat)

People atau masyarakat merupakan *stakeholders* yang bernilai bagi perusahaan, karena sokongan masyarakat sangat dibutuhkan bagi keberadaan, kontinuitas hidup dan kemajuan perusahaan. Perusahaan perlu bertanggung jawab untuk memberikan manfaat dan berdampak kepada masyarakat. Untuk menjamin keberlangsungan bisnisnya,

perusahaan tidak bisa hanya memperhatikan kepentingan mendapatkan profit saja, tetapi perusahaan juga harus menaruh kepedulian terhadap kondisi masyarakat seperti mengadakan kegiatan yang mendukung dan membantu kebutuhan masyarakat. Kepedulian perusahaan terhadap kondisi masyarakat pada akhirnya dapat menambah citra yang baik tentang perusahaan di media. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Hubungan yang dijalin dengan baik tersebut tidak hanya mendatangkan manfaat bagi perusahaan tetapi untuk menciptakan manfaat bersama baik untuk perusahaan dan publiknya.

3. *Planet* (Lingkungan)

Planet (lingkungan) merupakan sesuatu yang terikat dan tidak bisa lepas dari seluruh aspek dalam kehidupan manusia. *Profit* atau keuntungan yang merupakan hal yang utama dari dunia bisnis membuat perusahaan sebagai pelaku industri hanya mementingkan keuntungan tanpa melakukan usaha apapun untuk melestarikan lingkungan. Akibatnya kerusakan lingkungan terjadi di berbagai tempat yang disebabkan oleh perusahaan yang tidak bertanggung jawab seperti polusi, pencemaran air, hingga perubahan iklim. Dalam kegiatan menjaga kelestarian lingkungan, pelaku usaha dapat mengurangi penggunaan sumber daya alam secara berlebih dengan memanfaatkan teknologi yang ramah lingkungan. Dengan melestarikan lingkungan, perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih, terpenting dari sisi kesehatan, kenyamanan, di samping ketersediaan sumber daya yang lebih terjaga kelangsungannya

Pengimplementasian konsep TBL pada program CSR memiliki berbagai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung kepada perusahaan. Berikut ini adalah manfaat penerapan konsep TBL:

1. Karyawan akan cenderung lebih loyal dan puas kepada perusahaan yang menunjukkan komitmennya terhadap kegiatan CSR.
2. Menghemat biaya operasional.

3. Meningkatkan reputasi perusahaan dimana citra perusahaan akan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan.
4. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan serta fokus pada pelanggan.
5. Terpenuhinya tanggung jawab sosial dan lingkungan akan lebih memudahkan tercapainya pembangunan yang berkelanjutan.

2.1.1.3 Jenis-Jenis Praktik CSR Oleh Perusahaan

Menurut (Kotler dan Nancy Lee, 2005), CSR merupakan komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis diskresioner dan kontribusi sumber daya perusahaan. Berdasarkan efektivitasnya, praktik CSR dapat dibedakan menjadi 6 jenis.

1. Cause Promotion

Pada aktivitas CSR ini perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

Tujuan dari kegiatan tersebut adalah Menciptakan kesadaran dan perhatian dari masyarakat terhadap suatu masalah dengan menyajikan angka-angka statistik serta fakta-fakta yang menggugah, Membujuk orang untuk menyumbangkan uangnya untuk kemanfaatan masyarakat melalui pelaksanaan program sosial perusahaan.

2. Cause Relate Marketing

Perusahaan mendonasikan beberapa persen dari keuntungan penjualannya untuk mengatasi masalah sosial. Biasanya, melalui kegiatan pada produk tertentu dan dalam jangka waktu tertentu. Kegiatan ini dilaksanakan melalui kerja sama dengan organisasi non-profit, bersifat saling menguntungkan dan bagi perusahaan bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan.

Beberapa kegiatan yang sering dilaksanakan oleh perusahaan adalah Menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap produk yang terjual, menyumbangkan persentase tertentu dari setiap produk yang terjual atau transaksi untuk kegiatan amal.

3. Corporate Social Marketing

Perusahaan mengadakan kegiatan yang bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih baik, misalnya dalam bidang kesehatan, keamanan, dan kesejahteraan. Kegiatan ini biasanya berupa kampanye.

Fokus dari kegiatan tersebut adalah Isu-isu Kesehatan, Isu-isu Perlindungan Terhadap Kecelakaan/Kerugian, Isu-isu Lingkungan, Isu-isu Keterlibatan Masyarakat.

4. Corporate Philanthropy

Perusahaan memberikan kontribusi secara langsung pada sebuah kegiatan maupun pengentasan masalah sosial dengan bantuan tunai atau pelayanan. Pada aktivitas CSR ini perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan/paket bantuan atau pelayanan secara cuma-cuma.

5. *Community Volunteering*

Perusahaan mendorong karyawan dan mitra bisnis agar menyediakan waktu luang untuk mendukung komunitas lokal dan menyelesaikan permasalahan sekitar. contoh perusahaan dapat mendukung dan mendorong karyawan untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program .

6. *Social Responsible Business Practice*

Perusahaan melakukan praktik bisnis dan investasi yang mengatasi persoalan sosial untuk mengatasi permasalahan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pemeliharaan lingkungan.

2.1.1.4 Corporate Social Responsibility Index (CSRI)

Pengungkapan pengukuran *Corporate Social Responsibility* dapat dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* . pengungkapan pengukuran CSR ialah menilai dari setiap item yang sudah di ungkapkan dalam CSR menggunakan standart pedoman pelaporan keberlanjutan *Global Reporting Initiative (GRI)* yang terdiri 3 kategori utama, meliputi kinerja ekonomi , kinerja sosial, dan kinerja lingkungan. Dari ketiga item masing masing kategori tersebut ialah 9,48 dan 34. Masing masing kategori tersebut memiliki nilai 1 jika diungkapkan tetapi jika memiliki nilai 0 dapat dikatakan tidak diungkapkan. Lalu nilai dari masing masing item akan dijumlahkan untuk memperoleh besarnya nilai CSR secara keseluruhan dari suatu perusahaan dan dibandingkan dengan pedoman standart laporan GRI G4 masing masing kategorinya sehingga menghasilkan CSRI¹ , untuk kategori kinerja ekonomi CSRI² untuk kategori kinerja sosial CSRI³ untuk kategori lingkungan.

2.1.1.5 Hubungan CSR Dengan Kinerja Keuangan

Perusahaan yang tidak melakukan CSR akan cenderung menerima protes serta atau demo berasal dari rakyat yang bisa menyebabkan terhentinya aktivitas operasional suatu perusahaan sehingga bisa mengakibatkan kerugian, sebaliknya perusahaan yang melakukan CSR dengan baik bisa terhindar dari protes warga sehingga perusahaan bisa

terus beroperasi dengan efektif sehingga bisa mencapai tujuan profit keseluruhan. Peningkatan laba perusahaan jelas berbanding lurus dengan peningkatan rasio-rasio profitabilitas perusahaan yang terdiri *Return On Assets* (ROA) serta *Return On Equity* (ROE) (Rahayu et al, 2014).

CSR bisa dilakukan menggunakan banyak sekali cara menjadi salah satu upaya untuk meminimalisir risiko serta menaikkan profitabilitas. pelaksanaan CSR menyampaikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta serta lain sebagainya. Reputasi perusahaan sebagai perhatian krusial bagi calon investor. Reputasi tadi bisa dievaluasi berasal profitabilitas perusahaan, sebagai akibatnya reputasi perlu dijaga buat mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. menggunakan melakukan kegiatan CSR diharapkan mampu mencapai tujuan primer perusahaan dalam mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan stakeholders dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas akibat yang telah ditimbulkan dampak aktivitas operasional perusahaan (Rosdwianti et al, 2016).

2.1.2 Kinerja Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Menurut(Fahmi ,2014) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan sudah melakukan dengan aturan aturan pelaksana keuangan dengan baik dan benar.

Menurut (Islahuzzaman,2012) kinerja keuangan merupakan perbandingan antara realisasi dengan tolak ukur dengan yang telah ditetapkan sebelumnya, sedangkan menurut (sucipto ,2007) menjelaskan bahwa untuk periode atau beberapa periode. Tetapi sebaliknya jika gagal atau tidak berhasil mencapai yang telah ditentukan dapat menjadi pembelajaran bagi manajemen dan harus diselidiki dimana letak kesalahannya agar kejadian ini tidak terulang lagi.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja keuangan

Menurut (Munawir ,2010), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan adalah :

1. Likuiditas , dapat menunjukan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuanganya yang harus segera dipenuhi

2. Solvabilitas, mampu menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut di likuidasi baik keuangan dalam jangka pendek maupun jangka panjang
3. Profitabilitas, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu
4. Stabilitas ekonomi kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga dan kemampuan perusahaan untuk membayar deviden secara teratur dan tanpa hambatan.

2.1.2.3 Tujuan Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut (Sucipto, 2007) penilaian kinerja keuangan dapat dimanfaatkan oleh manajemen sebagai berikut :

1. Mengelola operasi organisasi secara praktis dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimal
2. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan seperti promosi, transfer, dan pemberhentian
3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan untuk menyediakan kriteria, seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan
4. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka
5. Menyediakan suatu dasar dari distribusi penghargaan.

2.1.3 Rasio Analisis Keuangan

2.1.3.1 Pengertian Analisis Rasio Keuangan

Menurut (Munawir,2010) analisis rasio keuangan adalah analisis yang dapat mendeskripsikan suatu hubungan atau perimbangan antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lainnya dengan menggunakan alat analisa berupa rasio yang bisa menjelaskan atau memberikan gambaran kepada penganalisa tentang baik atau buruknya keadaan posisi keuangan suatu

perusahaan terutama apabila angka rasio di bandingkan dengan angka rasio pembanding yang digunakan sebagai standar.

Kasmir, 2014:104 mengatakan bahwa “Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada di dalam laporan keuangan. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada di antara laporan keuangan. Kemudian, angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Rasio Keuangan

Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan dapat dilakukan dengan beberapa jenis rasio keuangan. Setiap rasio keuangan memiliki tujuan, kegunaan, dan arti tertentu. Kemudian setiap hasil dari rasio yang diukur diinterpretasikan sehingga menjadi berarti bagi pengambilan keputusan.

Menurut (Kasmir,2014:106) jenis-jenis rasio keuangan adalah sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*) adalah rasio yang dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (hutang) jangka pendek.
2. Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*) adalah untuk mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai oleh hutang.
3. Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*) adalah mengetahui tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya.
4. Rasio Rentabilitas/profitabilitas (*Profitability Ratio*) adalah Menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada.
5. Rasio Pertumbuhan (*Growth Ratio*) adalah kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonomi atau keuangannya.

6. Rasio penilaian (*Valuation Ratio*) adalah rasio penilaian memberikan ukuran kemampuan manajemen menciptakan nilai pasar usahanya diatas biaya investasi.

2.1.4 Rasio Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan,(Kasmir,2016 : 196).

Menurut (Hery,2016:192) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal.

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya perusahaannya seperti penjualan, aset dan juga modal. Alat yang digunakan untuk mengukur profitabilitas yaitu rasio profitabilitas.

2.1.4.2 Macam- Macam Rasio Profitabilitas

Menurut Hery (2016 : 193) jenis-jenis rasio profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktek untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah sebagai berikut :

1. *Return on Assets* (ROA)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung ROA (Hery, 2016 : 193)

$$\text{ROA} = \frac{\text{laba setelah bunga dari pajak}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$$

2. *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas. Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung ROE (Hery, 2016: 195) :

$$\text{ROE} = \frac{\text{laba setelah bunga dan pajak}}{\text{modal sendiri}} \times 100\%$$

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut(Aries dalam Herawati, 2013), nilai perusahaan merupakan hasil pengelolaan dari berbagai sektor, diantaranya ada arus kas bersih, pertumbuhan serta biaya modal. Menurut beliau, saham juga menjadi indikator dari nilai perusahaan karena jika harga sahamnya tinggi nilainya pun akan tinggi.

Menurut (Puspita , 2011), Nilai perusahaan adalah pandangan investor pada perusahaan, dan hal ini sering dihubungkan dengan harga saham. Yang dimaksud harga saham adalah harga yang terjadi ketika saham diperdagangkan di pasar saham. Jika harga saham tinggi, maka nilainya pun ikut tinggi.

Berdasarkan pemaparan (Christiawan dan Tarigan,2007), terdapat macam-macam konsep nilai yang memaparkan nilai perusahaan, antara lain:

1. Nilai Nominal

Merupakan nilai formal yang terdapat pada anggaran dasar perusahaan, dipaparkan secara jelas dalam neraca perusahaan serta tertulis jelas dalam surat saham.

2. Nilai Pasar

Nilai ini juga sering disebut dengan kurs. Merupakan harga yang terbentuk dari tawar menawar di pasar saham. Sehingga kurs tidak

sembarangan terbentuk, karena hanya ada ketika saham perusahaan diperdagangkan di pasar saham.

3. Nilai Intrinsik

Nilai yang berkaitan dengan perkiraan nilai riil sebuah perusahaan. Dalam kaidah nilai intrinsik, nilai perusahaan tak hanya dipandang dari sejumlah aset yang dimiliki, namun juga dilihat berdasarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa depan.

4. Nilai Buku

Sesuai namanya, nilai ini dihitung berkaitan dengan pembukuan, atau dalam arti yang lebih luas, nilai ini didasarkan pada konsep akuntansi.

5. Nilai Likuidasi

Merupakan nilai jual semua aset perusahaan setelah dikurangi semua hutang atau kewajiban yang harus ditunaikan. Nilai sisa ini akan menjadi deviden bagi para pemegang saham. Cara lain dalam menghitung likuidasi adalah melalui neraca performa, dimana neraca ini telah disiapkan sebelum perusahaan akan dilikuidasi.

2.1.5.2 *Price Earning Ratio (PER)*

Menurut (Sukamulja,2017) *Price Earning Ratio* menjelaskan valuasi harga per lembar saham dibandingkan dengan laba per lembar saham, semakin tinggi nilai PER, maka semakin mahal harga perlembar saham, begitu pula sebaliknya. PER juga mencerminkan perkembangan (*growth*) saham tersebut.

Price Earning Ratio adalah rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan. Menurut (Sudana, 2011:23)

Berikut formula untuk menghitung PER :

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Harga Per Saham}}$$

Berdasarkan pendapat para ahli diatas bahwa *Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham.

2.1.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi PER

Dalam penelitian (Rianti,2013) Faktor-faktor yang mempengaruhi PER sebagai berikut :

1. Rasio laba yang dibayarkan sebagai dividen atau *Payout Ratio* Faktor yang pertama adalah *Dividen Payout Ratio* yaitu bagian laba perusahaan yang dibayarkan sebagai dividen. Faktor ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap PER karena besarnya DPR menentukan besarnya dividen yang diterima oleh pemilik saham terutama pada pasar modal yang didominasi apabila faktor-faktor yang mempengaruhi PER konstan, semakin tinggi DPR maka semakin tinggi PER.
2. Tingkat keuntungan yang diisyaratkan oleh pemodal Faktor kedua adalah tingkat keuntungan yang diisyaratkan pemodal (*rate of return*) yaitu tingkat keuntungan yang dianggap layak bagi investasi pada suatu saham. Faktor ini mempunyai pengaruh yang negatif dengan PER, karena apabila keuntungan yang diperoleh atas suatu saham lebih kecil dr tingkat keuntungan yang diisyaratkan semakin rendah PER dengan asumsi faktor lain konstan.
3. Perubahan dividen Pengaruh faktor ini adalah positif terhadap PER karena dividen yang meningkat dapat dijadikan sebagai cerminan prospek yang baik sehingga investasi pada suatu saham akan semakin menarik. Dengan demikian apabila 2 faktor lain konstan maka semakin tinggi pertumbuhan dividen, semakin tinggi PER.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berbagai macam yang telah dilakukan para peneliti dan akademis sebelumnya untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan bersektor perusahaan manufaktur dengan menggunakan berbagai macam variabel diantaranya:

Tabel 2. 1

Peneliti Terdahulu

NO	Nama Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
1	Deni Purnaningsih, 2018	Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur	a. Dependen : • Return on asset (ROA)	1. Akibat dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Corporate

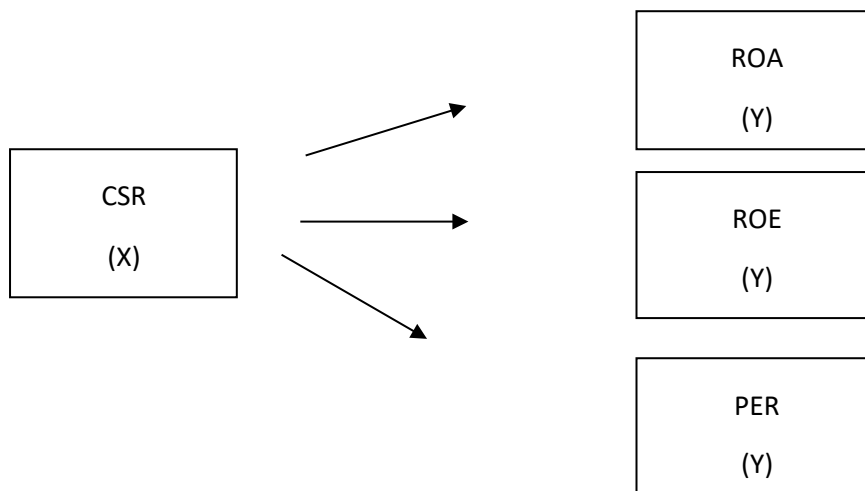
		yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI)	<ul style="list-style-type: none"> • Return on equity (ROE) • Return on sales (ROS) <p>b. Independen : Corporate social responsibility</p>	<p>Social Responsibility (CSR) mempunyai dampak positif terhadap ROE(Return on Equity),</p> <p>2. Akibat dari pengujian hipotesis ke 2 menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) mempunyai dampak positif terhadap Return on Asset (ROA),</p> <p>3. Akibat dari pengujian hipotesis ke 3 menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tak berpengaruh terhadap ROS (Return on Sales).</p>
2	Winnie Evelyn Parengkuan, 2017	Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	<p>a. Dependen : Kinerja keuangan (ROA)</p> <p>b. Independen : Coporate social responsibility (CSR)</p>	Corporate social responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap return on asset (ROA)
3	Lindrawati, Nita Felisia, J.Th Budianto T, 2008	Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar sebagai 100 best corporate citizen oleh KLD research and anality	<p>a. Dependen : Return on equity (ROE) dan Return on investmen (ROI)</p> <p>b. Independen : Corporate social responsibility (CSR)</p>	CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE namun CSR berpengaruh secara signifikan terhadap ROI

4	Dita Kristanti Ananda ,2020	Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan (study empiris perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017-2019)	a. Dependen : ROA (return on asset) b. Independen : Social responsibility	Berpengaruh positif terhadap ROA pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia
5	R. Gantino,2016	PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2008-2014	a. Dependen : ROE b. Independen : CSR	Dalam penelitian ini CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE
6	Helmi arIf prasety, 2018	pengaruh pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan (price earning ratio)	a. Dependen : PER b. Independen : CSR	Dalam penelitian ini CSR berpengaruh signifikan terhadap PER

2.3 Model Konseptual Penelitian

Gambar 2. 1

Kerangka Konseptual



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh CSR Terhadap ROA

Corporate social responsibility dapat dikatakan sebagai aset kompetitif dan aset strategi bagi suatu perusahaan. Keuntungan yang di dapat perusahaan dengan menerapkan *corporate social responsibility* adalah dapat meningkatkan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja keuangan yang jauh lebih baik untuk mengukur seberapa efektif suatu perusahaan dapat beroperasi dengan menghasikan keuntungan atau mencapai tujuan profit keseluruhan, khususnya dengan hubungan yang bersumber dan di investasikan pada aset perusahaan dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). *Return on asset* dapat digunakan juga sebagai pengukur kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba rugi berdasarkan tingkat asset yang di tentukan (Hidayat,2014)

Pengaruh CSR terhadap ROA yang sudah dibuktikan oleh (Putra ,2015), (Rosiliana et al.,2014) dan (Rosdwianti et al.,2016) mengatakan CSR mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Untuk itu keterkaitan antara CSR dan ROA dapat dirumuskan melalui hipotesis sebagai berikut :

H1 : Corporate social responsibility mempunyai pengaruh terhadap Return On Asset

2.4.2 Pengaruh CSR Terhadap ROE

Hasil penelitian dari (Rodriguez dan Fernandez, 2016) mengatakan sosial itu adalah menguntungkan serta menguntungkan itu adalah sosial, lalu dapat membentuk lingkaran suci. Yang artinya memiliki kebijakan tanggung jawab sosial yang berubah menjadi keuntungan yang jauh lebih besar dan

keuntungan yang besar dapat berubah menjadi kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menunjukkan CSR yang lebih baik dapat mengurangi keterbatasan modal hal ini dapat disebabkan beberapa alasan :

1. Kinerja CSR yang baik dapat ditunjukkan dengan keterlibatan stakeholder yang jauh lebih baik, membatasi kemungkinan perilaku kesempatan jangka pendek sebagai hasilnya mengurangi pengeluaran kontrak secara keseluruhan
2. Suatu perusahaan yang memiliki kinerja CSR yang lebih baik dapat memungkinkan untuk menunjukkan kegiatan CSR mereka ke berbagai pasar untuk memberikan sinyal fokus jangka panjang suatu perusahaan serta dapat menunjukkan perbedaan perusahaan tersebut dari pesaing. Pengungkapan CSR dapat menciptakan umpan balik positif saama halnya menambah transparansi dari dampak sosial serta lingkungan disekitar perusahaan dengan struktur organisasi mereka, dan juga dapat mengubah sistem kontrol internal untuk menambahkan kepatuhan dalam peraturan serta keandalan dari pengungkapan (Cheng et al, 2014). Hal ini dapat dikatakan hipotesis kedua yang diuji dalam penelitian ini adalah :

H2 : corporate social responsibility mempunyai pengaruh positif terhadap ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia.

2.4.3 Hubungan CSR terhadap PER

Menurut Helmi, 2018 Penelitian ini nilai perusahaan diproyeksikan melalui CSR yang mampu menjadi tolak ukur untuk nilai perusahaan dari harga saham per lembarnya, semakin besar CSR maka akan semakin bagus juga nilai perusahaan itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari BEI, adapun pengujian hipotesis yang menggunakan beberapa metode analisis data dapat dinyatakan bahwa uji hipotesis dinyatakan signifikan.

H3 : CSR mempunyai pengaruh positif terhadap PER pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

