

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

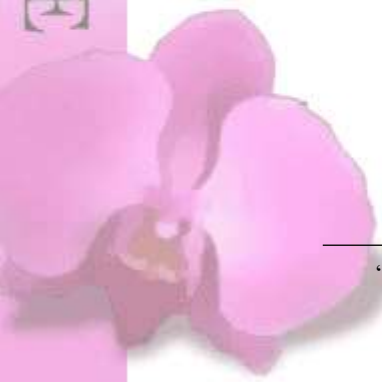
2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Terjadinya pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari *shareholders* kepada *stakeholders* telah disebut sebagai penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan.

Stakeholders merupakan orang atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Menurut Jones dalam Danu (2011) menjelaskan bahwa *stakeholders* dibagi dalam dua kategori, yaitu:

1. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholders*), manajer, dan karyawan.
2. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*supplier*), pemerintah, masyarakat lokal, dan masyarakat secara umum.



Teori *stakeholder* memberikan suatu pandangan perusahaan sebagai suatu *nexus of contract* (kumpulan kontrak-kontrak) dengan memasukkan investor dan non-investor sebagai *stakeholder* perusahaan.

Solihin (2008) menekankan pentingnya pengelola perusahaan untuk menyeimbangkan berbagai klaim yang bertentangan dari para pemangku kepentingan terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan. Sedangkan Dill (2010) lebih menekankan pentingnya memperhitungkan peran yang dapat dilakukan pemangku kepentingan dalam mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh manajer perusahaan. Gray dkk dalam Januarti dan Apriyanti (2008) mengemukakan bahwa teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi suatu perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan harus mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. Semakin kuat *stakeholder*, maka perusahaan harus semakin beradaptasi dengan *stakeholder*. Pengungkapan sosial kemudian dipandang sebagai dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*. Pendekatan *stakeholder*, membuat organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi. Menurut pendekatan ini, suatu organisasi akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, pemasok, dan investor serta masyarakat. Menurut Heal dan Garret (2008) menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan, sehingga berdasarkan *stakeholders theory* peneliti menduga bahwa terdapat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. (Irawan, 2011)

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan suatu sistem yang mengutamakan kepentingan masyarakat atau lebih memihak kepada masyarakat. Teori legitimasi juga sangat berkaitan erat dengan terwujudnya kesesuaian antara sistem nilai suatu perusahaan



dengan sistem nilai yang dianut oleh masyarakat. Ardianto dan Machfudz (2011) menyatakan bahwa legitimasi masyarakat merupakan salah satu faktor strategis bagi perusahaan untuk mengembangkan perusahaan. Legitimasi merupakan “...a systems-oriented view of organisation and society ...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and group” (Gray et. al, 1996 dalam Nor Hadi, 2011: 88). Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa legitimasi sebagai bentuk sistem pengelolaan perusahaan yang memiliki orientasi keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, serta kelompok masyarakat. Untuk mendapatkan legitimasi dari suatu kelompok atau masyarakat, perusahaan memiliki kontrak untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* dan perusahaan berusaha untuk menanggapi pula berbagai kelompok kepentingan (Haniffa dan Cooke, 2005).

Tentunya untuk dapat melaksanakan hal tersebut dibutuhkan komunikasi yang efektif antara perusahaan dengan masyarakat yang dapat diwujudkan melalui pengungkapan informasi tambahan yang lebih bersifat pendukung dan kebanyakan bersifat sukarela yakni dengan pembuatan laporan keberlanjutan. Dengan dibuatnya laporan ini maka akan mempermudah perusahaan dalam memperoleh nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Hasilnya, menurut Lehman dalam Guthrie dan Parker (1989) dalam usahanya untuk memperoleh legitimasi melalui pengungkapan, diharapkan perusahaan pada akhirnya akan terus-menerus eksis. Sebaliknya, jika perusahaan gagal dalam memenuhi harapan masyarakat, maka masyarakat dapat memberikan suatu sanksi terhadap perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Deegan dan Rankin (1996) bahwa teori legitimasi menyatakan organisasi tidak hanya memperhatikan hak - hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik, serta dikarenakan kinerja lingkungan yang lemah dapat meningkatkan ancaman legitimasi sosial perusahaan maka perusahaan terdorong untuk melakukan pengungkapan dalam laporan tahunan (Patten, 2002).



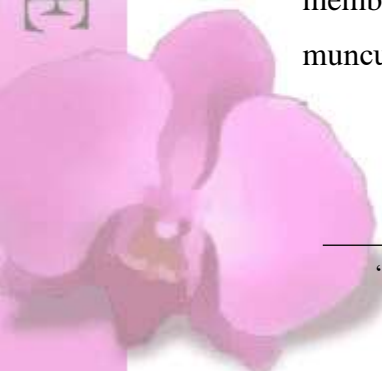
2.1.3 Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini nilai perusahaan di definisikan sebagai nilai pasar karena nilai saham dapat memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimum jika harga saham mengalami peningkatan. Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan memiliki makna yang luas, bukan hanya sekedar memaksimalkan laba perusahaan saja. Pernyataan tersebut dapat diterima atas dasar beberapa faktor berikut :

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti mempertimbangkan segala resiko terhadap arus kas pemasukan perusahaan
2. Memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang dimasa mendatang. Yang dimaksudkan yaitu dana yang diterima sepuluh tahun mendatang akan lebih tinggi dibanding dana yang diterima tahun ini.

Kualitas dari arus kas dana yang akan diterima di masa mendatang akan beragam bagi perusahaan. Sebuah perusahaan disebut memiliki nilai yang baik jika kinerja perusahaan tersebut juga baik. Nilai perusahaan dapat dicerminkan dengan harga sahamnya, jika harga saham tinggi dapat dikatakan kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan bagi investor merupakan konsep penting, karena sebagai indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

Salah satu indikator yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin (1967). Tobin's Q merupakan alat ukur kinerja dengan cara memebandingkan dua penilaian dari asset yang sama. Jika rasio Tobin's Q bernilai di atas satu, maka menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva telah menghasilkan laba yang memberikan nilai lebih tinggi daripada pengeluaran investasi. Hal ini memicu munculnya investasi yang baru, sehingga indikator Tobin's Q adalah alat ukur



yang akurat mengenai seberapa efektif pihak manajemen memanfaatkan sumberdaya ekonomi dalam mengelola kekuasaannya.

Menurut konsep Tobin's yaitu insentif untuk membuat modal investasi baru yakni tinggi saat saham yang memberikan keuntungan di masa mendatang bisa dijual dengan harga yang lebih tinggi dari pada biaya untuk investasinya (Fiakas, 2005 dalam Bambang Sudiyatno, 2010).

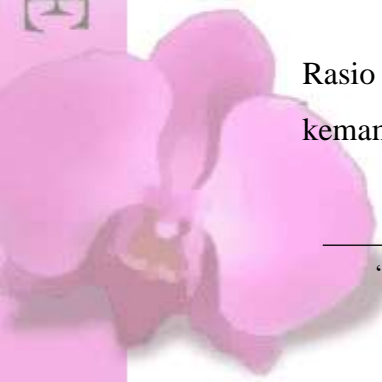
2.1.4 Kinerja Keuangan

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. Nilai nyata laporan keuangan terletak pada fakta bahwa laporan keuangan dapat digunakan untuk membantu memperkirakan pendapatan dan dividen masa yang akan datang. Rasio keuangan yang merupakan bentuk informasi akuntansi yang penting bagi perusahaan selama suatu periode tertentu. Berdasarkan rasio tersebut, dapat dilihat keuangan yang dapat mengungkapkan posisi, kondisi keuangan, maupun kinerja ekonomis di masa depan dengan kata lain informasi akuntansi.

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban – kewajiban jangka



pendeknya. Perusahaan yang mempunyai kemampuan yang cukup untuk membayar atau mendanai kewajiban jangka pendeknya disebut perusahaan yang likuid, sedangkan yang tidak disebut perusahaan yang tidak likuid atau ilikuid. Adapun alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat likuiditas suatu perusahaan yaitu *Current Ratio*. Rasio ini membandingkan antara aset lancar dengan kewajiban lancar. Current ratio memberikan informasi mengenai kemampuan aset lancar dalam membayar atau bahkan menutup kewajiban lancar yang dimiliki suatu perusahaan.

Aset lancar meliputi kas, piutang dagang, persediaan, efek, dan aset lainnya. Sedangkan kewajiban lancar sendiri meliputi hutang dagang, hutang wesel, hutang bank, hutang gaji, dan hutang – hutang lain yang jangka pembayarannya singkat dan harus dibayarkan segera.

Semakin besar perbandingan aset lancar dengan kewajiban lancar suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula kemampuan suatu perusahaan untuk menutup hutang jangka pendeknya. Apabila rasio lancar 1:1 atau 100% maka artinya aset lancar yang dimiliki perusahaan dikatakan mampu menutupi semua kewajiban lancar perusahaan. Namun, suatu perusahaan dikatakan sehat apabila rasio yang dimilikinya di atas 1 atau di atas 100%, artinya aset lancar harus berada di atas nilai kewajiban lancar agar dikatakan perusahaan itu sehat secara likuiditasnya.

2. Rasio Leverage

Rasio ini juga disebut rasio Solvabilitas atau rasio Struktur Modal. Rasio ini merupakan suatu alat ukur untuk menentukan sejauh mana perusahaan dalam membiayai asetnya melalui pembiayaan utang (total utang) dalam struktur modal perusahaan guna membiayai kegiatan perusahaan. Menurut Hanafi (2016) “rasio solvabilitas adalah rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya”. Adapun alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat solvabilitas suatu perusahaan yaitu *Total Debt to Equity/*



Debt Ratio. Debt ratio merupakan rasio yang menggambarkan perbandingan antara total hutang dengan total aktiva, sehingga rasio ini mampu menunjukkan sejauh mana hutang ditutupi oleh aktiva. Debt ratio adalah suatu rasio yang menunjukkan proporsi antara kewajiban yang dimiliki perusahaan dengan kekayaan yang dimiliki.

Apabila debt ratio semakin tinggi sedangkan total aktiva tidak berubah, maka utang yang dimiliki perusahaan semakin besar, dengan demikian rasio kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman semakin tinggi. Dan sebaliknya jika debt ratio semakin kecil maka utang perusahaan juga semakin kecil, yang berarti resiko finansial perusahaan untuk mengembalikan utang juga semakin kecil.

3. Rasio Profitabilitas

Profitabilitas adalah merupakan rasio utama dalam seluruh laporan keuangan, karena tujuan utama perusahaan adalah hasil operasi/ keuntungan. Keuntungan adalah hasil akhir dari kebijakan dan keputusan yang diambil manajemen. Rasio keuntungan akan digunakan untuk mengukur keefektifan operasi perusahaan sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan.

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 sangat bergantung pada besar kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang relative kecil, sehingga ROE yang dihasilkanpun kecil , begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar.

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.



ROE sangat menarik bagi pemegang saham maupun calon pemegang saham, dan juga bagi manajemen karena rasio tersebut merupakan ukuran atau *indicator* penting dari *shareholders value creation*, artinya semakin tinggi rasio ROE, semakin tinggi pula nilai perusahaan, hal ini tentunya merupakan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Rasio ini menggambarkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik karena berarti posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian juga sebaliknya. Hasil perhitungan ROE mendekati 1 menunjukkan semakin efektif dan efisien penggunaan ekuitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan, demikian sebaliknya jika ROE mendekati 0 berarti perusahaan tidak mampu mengelola modal yang tersedia secara efisien untuk menghasilkan pendapatan. Seperti rasio keuangan tradisional pada umumnya ROE tidak mempertimbangkan unsure resiko dan jumlah modal yang diinvestasikan karena ROE hanya melihat sisi laba dan jumlah saham yang beredar.

2.1.5 Corporate Social Responsibility

a. Pengertian Corporate Social Responsibility

Menurut Hadi (2011) CSR merupakan komitmen para pelaku bisnis untuk memegang teguh pada etika bisnis dalam beroperasi, memberi kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, serta berusaha mendukung peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi para pekerja, termasuk meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar.

Lain dengan di Indonesia sekarang, pelaksanaan CSR adalah suatu aktivitas yang wajib dilakukan yang juga telah diatur dalam undang-undang Perseroan. Dalam rangka menjalankan aktivitas bisnisnya perusahaan harus memiliki prioritas dan strategi, prioritas utama perusahaan yakni eksistensi perusahaan serta perolehan laba dalam jangka panjang. Laba jangka panjang akan diperoleh jika keberadaan perusahaan dapat bermanfaat serta didukung oleh *stakeholder* (pemangku



kepentingan). Dukungan stakeholder akan diperoleh jika dampak negatif terhadap lingkungan sosial-ekonomi dapat diminimalisir bahkan justru dapat berdampak positif yang besar bagi pemangku kepentingan.

b. Aspek Tiga Dimensi CSR

Menurut Elkington lingkup tanggung jawab perusahaan dalam model triple bottom line yakni *people, planet, and profit*. Berdasarkan konsep tersebut, pembangunan berkelanjutan erat kaitannya dengan CSR yang termasuk 3 kebijakan yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial, serta perlindungan lingkungan.

Tujuan dari CSR yaitu untuk menjadikan aktivitas bisnis perusahaan serta budaya bisnis berkelanjutan dalam 3 aspek sebagai berikut :

1. Aspek ekonomi Mencakup pemahaman tentang dampak-dampak ekonomi yang diakibatkan oleh kegiatan bisnis. Lingkup ekonomi dari agenda sustainability harus lebih memperhatikan akibat langsung dan tak langsung yang disebabkan oleh kegiatan bisnis perusahaan di lokasi operasi perusahaan maupun bagi para stakeholder-nya.
2. Aspek sosial Memperhatikan aspek sosial berarti telah bertanggung jawab terhadap dampak sosial akibat dari kegiatan operasi perusahaan secara langsung. Aspek sosial termasuk karyawan, komunitas di lingkungan perusahaan, konsumen dan para stakeholder.
3. Aspek lingkungan dan ekologi Dampak yang terjadi pada lingkungan atas kegiatan operasi perusahaan pada umumnya bersifat negatif misalnya eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan bahkan terkadang mengakibatkan bencana alam, polusi, perubahan iklim, rusaknya kawasan hutan, dan lain-lain.

Meningkatkan *environmental performance* akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut, penggunaan material yang tidak berlebihan saat proses produksi dapat meminimalkan pencemaran yang berlebih, selain itu juga



mengurangi biaya operasional dan akan lebih disukai oleh konsumen karena peduli dengan lingkungan.

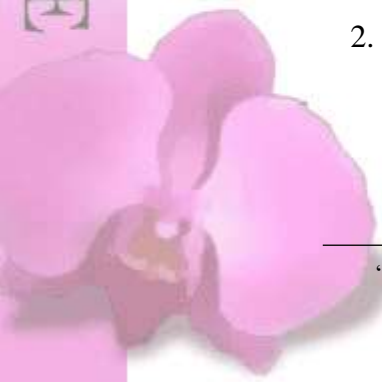
Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan pada laporan yang disebut Sustainability Reporting, yaitu suatu pelaporan tentang kebijakan ekonomi, lingkungan serta sosial, kinerja organisasi serta produk yang dihasilkan pada konteks pembangunan berkelanjutan.

Menurut Suharto (2008) dalam Casimira (2016) ditinjau dari proporsi keuntungan perusahaan serta besarnya anggaran dana CSR :

1. Perusahaan minimalis, yakni suatu perusahaan yang mempunyai profit dan anggaran dana CSR yang minim tidak termasuk perusahaan kecil serta lemah.
2. Perusahaan ekonomis, yakni suatu perusahaan yang mempunyai laba tinggi tetapi anggaran dana CSR masih rendah.
3. Perusahaan humanis, yakni suatu perusahaan yang mempunyai keuntungan minim, tetapi anggaran dana CSRnya cukup tinggi.
4. Perusahaan reformis, yakni suatu perusahaan yang mempunyai keuntungan serta anggaran dana CSR samasama tinggi. Perusahaan kategori ini beranggapan bahwa CSR merupakan peluang untuk lebih maju.

Berdasarkan tujuan CSR, apakah digunakan untuk pemberdayaan masyarakat atau promosi :

1. Perusahaan pasif, yakni suatu perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan yang jelas, bukan untuk pemberdayaan masyarakat bukan pula untuk promosi. Perusahaan pada katogori ini beranggapan CSR kurang bermanfaat bagi kelangsungan perusahaan.
2. Perusahaan impresif, yakni suatu perusahaan yang lebih mengedepankan CSR untuk pemberdayaan masyarakat, yang lebih mengutamakan kualitas pelayanan dibanding mencari perhatian.



3. Perusahaan Agresif, yakni suatu perusahaan yang melaksanakan CSR nya. Menurut Anggraini (2006) mengidentifikasi hal yang berkaitan dengan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan, yakni sebagai berikut :
 - a. Lingkungan, termasuk pengendalian terhadap polusi, pencegahan maupun perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam serta pengungkapan lain yang terkait dengan lingkungan.
 - b. Energi, termasuk konservasi energi, efisiensi energi serta pengolahan energi secara keberlanjutan.
 - c. Praktik bisnis yang wajar, termasuk pemberdayaan terhadap minoritas serta perempuan, dukungan terhadap bidang usaha minoritas, dan tanggung jawab sosial.
 - d. Sumber daya manusia, termasuk aktivitas pada suatu organisasi, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan serta seni.
 - e. Produk termasuk dengan keamanan, kesehatan serta pengurangan polusi pada saat penggunaan barang jadi maupun proses produksinya.

2.2 Telaah Penelitian yang Relevan

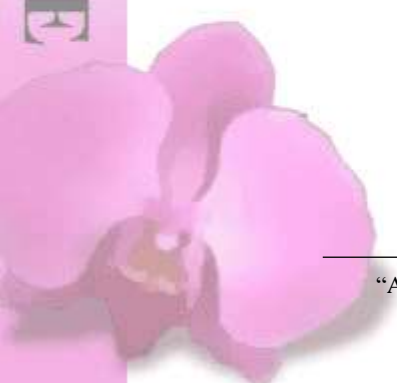
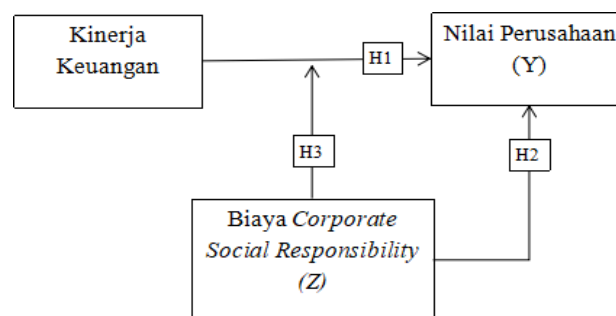
No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Alfredo Mahendra (2011)	Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderating) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	- Kinerja Keuangan - Nilai Perusahaan - Kebijakan Dividen	- Likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan - Kebijakan dividen mampu secara signifikan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. - Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan - Kebijakan dividen mampu secara signifikan memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
2	Sigit Hermawan (2014)	Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan <i>Corporate</i>	- Kinerja Keuangan	- Variabel ROA tidak berpengaruh pada Nilai Perusahaan

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		<i>Social Responsibility</i> sebagai Variabel Pemoderasi	- Nilai Perusahaan - Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i>	- Variabel <i>Corporate social responsibility</i> mampu memoderasi hubungan Variabel ROA dengan Kinerja Keuangan
3	Ayu Oktyas Putri (2015)	Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Pemoderasi	- Kinerja Keuangan - Nilai Perusahaan - Alokasi Biaya <i>Corporate social responsibility</i>	- Kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Alokasi Biaya <i>corporate social responsibility</i> memoderasi pengaruh kinerja keuangan dengan nilai perusahaan

2.3 Kerangka Pikir Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman hipotesis yang telah dibangun dalam penelitian, maka disusun kerangka pemikiran. Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka kerangka pemikiran disusun untuk menggambarkan hubungan kinerja keuangan yang diprosikan rasio likuiditas, rasio *leverage* dan rasio profitabilitas sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan biaya *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi yang akan diuji.

Gambar 2.1 Model Kerangka Pikir Penelitian



2.4 Hubungan Antar Variabel

2.4.1 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan dalam penelitian ini diproksikan dengan rasio likuiditas, rasio *leverage* dan rasio profitabilitas. Ketiga rasio ini merupakan alat ukur untuk menilai seberapa baik suatu perusahaan dalam mencerminkan tingkat *solvable*, *liquidity*, dan profit yang dihasilkan. Rasio Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi dalam jangka pendek atau satu tahun terhitung sejak tanggal Neraca dibuat. Jika perusahaan masih memiliki kemampuan yang bagus dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (periode satu tahun) dengan menggunakan aktiva lancar maka perusahaan dapat dikatakan likuid. Rasio solvabilitas yang bagus akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat pada suatu perusahaan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Rasio solvabilitas juga merupakan salah satu indikator untuk menentukan peluang investasi oleh calon investor. Rasio profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan ROE (*Return On Equity*) menggambarkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik karena berarti posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian juga sebaliknya. Tujuan utama suatu perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan mampu meningkatkan kinerja keuangannya. Sehingga dapat disimpulkan, jika kinerja keuangan pada suatu perusahaan yang digambarkan ROE yang tinggi maka nilai perusahaan juga semakin meningkat, dikarenakan nilai perusahaan ditentukan oleh earnings power dari assets perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka tingkat kepercayaan investor akan semakin meningkat dan hal tersebut akan memberikan kesempatan perusahaan untuk berkembang sehingga dapat meningkatkan harga dan jumlah saham yang beredar di pasar.



H₀₁ : Kinerja Keuangan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H_{a1} : Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2 Pengaruh Biaya *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

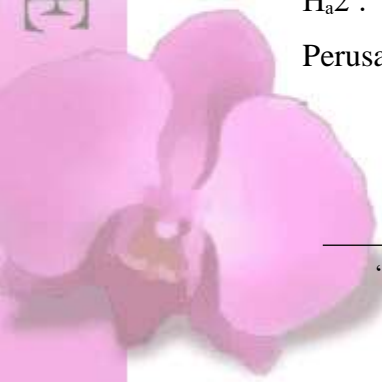
Di tengah kondisi perekonomian yang tidak menentu, membuat investor tidak hanya terfokus akan kinerja keuangan saja dalam menilai *corporate value* suatu perusahaan. Menurut Ayu Oktyas (2015) pertimbangan calon investor juga menyoroti nilai perusahaan di masa mendatang dan hal tersebut tidak dapat digambarkan dengan kinerja keuangan saja.

Perusahaan didirikan berdasarkan mandat dari masyarakat, oleh karena itu kepercayaan masyarakat dianggap sebagai tolak ukur masa depan perusahaan selain kinerja keuangan. Kepercayaan masyarakat di masa mendatang salah satunya dapat dibangun secara perlahan dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pengungkapan biaya *Corporate Social Responsibility* maka perusahaan mampu memberikan bukti bahwa perusahaan juga memiliki kepekaan terhadap sosial lingkungan di sekitarnya dan meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan akan keberlanjutan usahanya serta meningkatkan kepercayaan para *shareholders* untuk menginvestasikan sahamnya di perusahaan tersebut sehingga menaikkan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan atau *firm value*.

H₀₂ : Biaya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H_{a2} : Biaya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan



2.3.3 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Biaya *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi.

Rasio Likuiditas, Rasio Leverage, dan Rasio Profitabilitas merupakan indikator kinerja keuangan, hal ini berkaitan erat dengan nilai perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka tingkat kepercayaan investor akan semakin meningkat dan ini akan memberikan kesempatan perusahaan untuk berkembang sehingga dapat meningkatkan harga dan jumlah saham yang beredar di pasar.

Akan tetapi, kondisi perekonomian global semakin tidak menentu sehingga pertimbangan calon investor terhadap suatu perusahaan tidak hanya didasarkan pada kinerja keuangan saja. Pertimbangan calon investor juga menyoroti nilai perusahaan di masa mendatang, dan hal tersebut tidak dapat digambarkan dengan kinerja keuangan. Nilai perusahaan ditentukan oleh kepercayaan masyarakat, yang ditunjukkan dengan jumlah serta harga saham yang beredar dipasar.

Oleh karena itu kepercayaan masyarakat dianggap sebagai tolok ukur masa depan perusahaan selain kinerja keuangan. Kepercayaan masyarakat dimasa mendatang salah satunya dapat dibangun secara perlahan dengan program *Corporate Social Responsibility*. *CSR (Corporate Social Responsibility)* merupakan klaim agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan pemegang saham, tapi juga untuk kesejahteraan pihak pemangku kepentingan dalam praktik bisnis yakni, tenaga kerja, komunitas lokal, LSM, konsumen dan lingkungan. (Saraswati, 2013)

H₀₃ : *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan.

H_{a3} : *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan.

