

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian pengaruh analisis fundamental terhadap nilai perusahaan dengan variabel moderasi CSR :

1. Ni Wayan Yuniasih dan Made Gede Wirakusuma (2007) dengan judul Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan mempertimbangkan dua variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan 27 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta pada 2005 - 2006 sebagai sampel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi moderator untuk mengetahui pengaruh interaktif dengan variabel pemoderasi. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin Q, sedangkan pengungkapan CSR dan GCG yang diukur dengan Indeks CSR dan kepemilikan manajerial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) ROA memiliki efek positif pada nilai perusahaan, (2) pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan ROA dan nilai perusahaan, tetapi GCG tidak dapat memoderasi hubungan ROA dan nilai perusahaan.

2. Margarita Tsoutsoura (2004) dengan judul *Corporate Social Responsibility And Financial Performance*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan. Sampel perusahaan yang digunakan adalah S & P 500 perusahaan pada periode penelitian yaitu tahun 1996-2000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara statistik yang mendukung bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan.

3. Sujoko dan Ugy Soebiantoro (2007) dengan judul Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empirik pada perusahaan manufaktur dan non manufaktur di Bursa Efek Jakarta).

Tujuan utama dari studi ini adalah untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan, *leverage*, faktor *ekstern*, dan faktor *intern* terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Jakarta. Tidak seperti pada permasalahan keagenan di pasar modal yang sudah maju, problem keagenan di Bursa Efek Jakarta adalah terjadinya perbedaan kepentingan antara pemilik minoritas dengan pemilik mayoritas. Hipotesis dalam penelitian ini adalah : (1) struktur kepemilikan, faktor *ekstern*, dan faktor *intern* berpengaruh signifikan terhadap *leverage*, (2) struktur kepemilikan, faktor *ekstern*, faktor *intern* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan. Studi ini ingin menguji teori keagenan, Jensen dan Meckling (1976), *Pecking Order Theory*, Myers (1984), *Trade off* model dan *Signaling Theory*, Bhattacharya (1979). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan publik yang terdaftar di

Bursa Efek Jakarta. Sebanyak 134 perusahaan diambil sebagai sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling*. Hasil studi ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan, faktor *intern* dan faktor *ekstern* berpengaruh signifikan terhadap *leverage*.

Struktur kepemilikan, faktor *ekstern*, faktor *intern*, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil studi ini tidak mendukung teori keagenan, Jensen dan Meckling (1976) tetapi hasil studi ini mendukung *Pecking Order Theory*, Myers (1984), *Trade off model* dan *Signaling theory*, Bhattacharya (1979).

Berikut merupakan tabel persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang :

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

Keterangan	Yuniasih	Margarita	Sujoko	Linda Oktaviani
Variabel Independen	<i>Return On Asset (ROA)</i>	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Struktur Kepemilikan Saham, <i>Leverage</i> , Faktor <i>Intern</i> Dan Faktor <i>Ekstern</i>	<i>Return On Asset (ROA)</i> , <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan
Variabel Dependen	Nilai Perusahaan	<i>Return On Asset (ROA)</i> , <i>Return On Equity (ROE)</i> , <i>Return On Sales (ROS)</i>	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan
Variabel Moderasi	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan <i>Good Corporate Governance</i>	-	-	<i>Corporate Social Responsibility</i>
Periode Penelitian	2005-2006	1996-2000	2000-2004	2006-2011
Populasi	Perusahaan Publik Di Bursa Efek Jakarta	S&P 500	Perusahaan Publik Di Bursa Efek Jakarta	Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia
Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Jenis Data	Data Sekunder	Data Sekunder	Data Sekunder	Data Sekunder

Sumber : Yuniasih (2007), Margarita (2004) dan Sujoko (2007), diolah.

2.2 Landasan Teori

Pada sub bagian ini akan diuraikan teori-teori pendukung yang terkait dengan penelitian ini. Teori tersebut dijelaskan sebagai berikut :

2.2.1 Pengertian laporan keuangan

Bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap posisi dan kondisi keuangan, sangat membutuhkan informasi keuangan yang dapat diperoleh dari laporan keuangan. Informasi tersebut disusun dan disajikan perusahaan dalam bentuk neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan modal dan laporan arus kas. laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama dua tahun buku yang bersangkutan Baridwan (1992 : 17). Menurut Sundjaja dan Barlian (2001 : 47) laporan keuangan adalah suatu laporan yang menggambarkan hasil dari proses akuntansi yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan dengan data keuangan atau aktivitas perusahaan. Dapat disimpulkan laporan keuangan adalah laporan yang berisi informasi keuangan perusahaan pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan dan digunakan pihak - pihak yang berkepentingan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan diharapkan dapat memberi informasi mengenai perusahaan dan digabungkan dengan informasi yang lain, seperti informasi industri, kondisi ekonomi dapat memberikan gambaran yang lebih baik mengenai prospek dan risiko perusahaan (Mamduh 2005 : 65).

2.2.2 Analisis laporan keuangan

Analisis terhadap laporan keuangan suatu perusahaan pada dasarnya karena ingin mengetahui tingkat keuntungan dan tingkat risiko suatu perusahaan. Tujuan analisis keuangan bisa ditinjau dari pandangan seorang analis. Seorang pemegang saham atau calon pemegang saham akan menganalisis perusahaan untuk memperoleh kesimpulan apakah saham perusahaan tersebut layak dibeli atau tidak, demikian pula dengan pemberi kredit, supplier, dan pemerintah (Mamduh 2005 : 5). Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam analisis laporan keuangan yaitu :

1. Dalam analisis, analis juga harus mengidentifikasi adanya trend tertentu dalam laporan keuangan.
2. Angka-angka yang berdiri sendiri sulit dikatakan baik tidaknya. Untuk itu diperlukan pembanding yang bisa dipakai untuk melihat baik tidaknya angka yang dicapai oleh perusahaan.
3. Dalam analisis perusahaan, membaca dan menganalisis laporan keuangan dengan hati-hati adalah penting.
4. Analisis kadang kala akan memerlukan informasi lain. Kadang kala semua informasi yang diperlukan bias diperoleh melalui analisis mendalami laporan keuangan.

2.2.3 Rasio keuangan

Menurut Van Horne (2005 : 234) : “Rasio keuangan adalah alat yang digunakan untuk menganalisis kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Menurut (Mamduh 2005 : 75) tujuan analisis rasio keuangan adalah membantu manajer keuangan memahami apa yang perlu dilakukan perusahaan berdasarkan informasi yang

tersedia yang sifatnya terbatas berasal dari *financial statement*. Pada dasarnya analisis rasio keuangan dapat dikelompokkan ke dalam lima macam kategori (Mamduh 2005 : 77) meliputi Rasio Likuiditas, Rasio Aktivitas, Rasio Solvabilitas, Rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar. Kelima rasio tersebut digunakan untuk melihat prospek dan risiko perusahaan dan akan mempengaruhi harapan investor terhadap perusahaan pada masa yang akan datang. Berikut ini akan dijelaskan beberapa rasio yang terkait dengan penelitian ini :

1. Rasio Solvabilitas / *Leverage*

Menurut Mamduh dan Abdul Halim (2005:81), rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya.

Rasio Solvabilitas meliputi :

a. Rasio Total Hutang Terhadap Modal Sendiri (*Debt to Equity*)

Rasio ini digunakan untuk menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur.

$$\text{Debt Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal Sendiri}} \dots \dots \dots (1)$$

b. Rasio Total Hutang Terhadap Total Aset

Rasio ini menghitung seberapa jauh dana disediakan oleh kreditur.

$$\text{Debt To Total Asset} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \dots \dots \dots (2)$$

c. *Times Interest Earned* (TIE)

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan membayar hutang dengan laba sebelum bunga dan pajak.

$$TIE = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Bunga}} \dots \dots \dots (3)$$

2. Rasio Profitabilitas

Menurut Mamduh dan Abdul halim (2005:85), rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Rasio Profitabilitas meliputi :

a. *Profit Margin*

Rasio ini menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.

$$\textit{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \dots \dots \dots (4)$$

b. *Return On Asset (ROA)*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu.

$$\textit{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \dots \dots \dots (5)$$

c. *Return On Equity (ROE)*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu.

$$\textit{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}} \dots \dots \dots (6)$$

2.2.4 Nilai perusahaan

Tujuan pokok yang ingin dicapai manajer keuangan adalah memaksimalkan *profit*, namun tujuan ini mengandung banyak kelemahan. (Agus Sartono, 2001: 7).

Menurutnya kelemahan tersebut antara lain:

1. Standar ekonomi mikro dengan memaksimalkan *profit* adalah bersifat statis karena tidak memperlihatkan dimensi waktu, sehingga tidak ada perbedaan yang nyata antara *profit* dalam jangka pendek dan *profit* dalam jangka panjang.
2. Pengertian *profit* itu sendiri, apakah harus memaksimalkan jumlah *profit* secara nominal atau tingkat *profit*.
3. Menyangkut risiko yang berkaitan dengan setiap alternatif keputusan. Memaksimalkan *profit* tanpa memperhitungkan tingkat risiko setiap alternatif adalah kesalahan yang fatal.
4. Apabila memaksimalkan *profit* merupakan tujuan utama, maka akan sangat mudah hal ini dilakukan oleh perusahaan. Memaksimalkan *profit* dapat dilakukan dengan menjual saham, dana hasil penjualan saham dapat disimpan dalam bentuk deposito. Pemegang saham akan meminta tingkat keuntungan yang lebih besar dari tingkat bunga deposito dengan demikian akan mengakibatkan harga pasar saham menurun yang berarti nilai perusahaan juga akan turun.

Dalam (Yuniasih, 2010) dan (Bambang Sudyatno dan Elen Puspitasari, 2010) nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Rasio *Tobin's Q*. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin (1967). *Tobin's Q* adalah indikator

untuk mengukur kinerja perusahaan, khususnya tentang nilai perusahaan yang menunjukkan suatu proforma manajemen dalam mengelola aktiva perusahaan (Sudiyatno, Elen Puspitasari, 2010). Menurut (Fiakas, 2005) dalam (Sudiyatno dan Elen Puspitasari, 2010) *Tobin's Q* merupakan rasio dari nilai pasar asset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang (*enterprise value*) terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan. Jika rasio-q diatas satu, hal ini menunjukkan investasi dalam aktiva akan menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi. Jika rasio-q dibawah satu, investasi dalam aktiva tidak menarik. Rasio-q dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Q = \frac{\{(CP \times \text{Jumlah Saham}) + TL + I\} - CA}{TA} \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan :

Q : Nilai Perusahaan

CP : *Closing Price*

TL : *Total Liabilities*

I : *Inventory*

CA : *Current Assets*

TA : *Total Assets*

2.2.5 Ukuran perusahaan

Menurut Agnes Sawir (2004:101-102) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda:

Pertama, ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan hasil yang memberikan *return* lebih tinggi secara signifikan.

Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran spesial yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan preferensi kedua pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang.

Ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen.

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari

pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian (Brigham dan Houston 2001).

Ukuran perusahaan merupakan proksi volatilitas operasional dan *inventory cotrolability* yang seharusnya dalam skala ekonomis besarnya perusahaan menunjukkan pencapaian operasi lancar dan pengendalian persediaan (Mukhlisin, 2002). Menurut penelitian yang dilakukan Sutrisno (2001) ukuran perusahaan dapat juga diukur dengan menggunakan log natural dari total asset, yang dapat diukur dengan :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Asset} \dots \dots \dots (8)$$

2.2.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Pemikiran yang mendasari *Corporate Social Responsibility* yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas.

Saat ini, definisi dari *Corporate Social Responsibility* sangat bervariasi. *Corporate Social Responsibility* didefinisikan oleh Kotler and Lee (2005 : 3)

sebagai berikut : “*Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources*”.

Menurut (Wibisono,2007:8) *Corporate Social Responsibility* adalah “tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup tiga aspek ekonomi social dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan”.

Menurut Budimanta,Prasetijo & Rudito (2004: 72), *Corporate Social Responsibility* diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Menurut Iriantara (2004: 49), *World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. CSR Forum mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

Indonesia mengalami permasalahan pencemaran lingkungan seperti halnya di negara lain. Masalah ini tidak terjadi jika para manager perusahaan memegang

komitmen pemenuhan tanggung jawab sosial terhadap kebersihan lingkungan. Penyebab timbulnya permasalahan pencemaran lingkungan di Indonesia perlu dikaji secara mendalam agar dapat dilakukan tindakan pencegahan dan perbaikan yang tepat (Suratno, 2006).

Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan sebagai variabel moderasi karena penulis merujuk pada jurnal (Yuniasih:2010) dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan sebagai variabel moderasi terkait hubungannya dengan analisis fundamental terhadap nilai perusahaan. Selain itu, *Corporate Social Responsibility* diterapkan kepada perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam konteks ekonomi global, nasional maupun lokal. Komitmen dan aktivitas *Corporate Social Responsibility* pada intinya merujuk pada aspek-aspek perilaku perusahaan (*firm's behaviour*), termasuk kebijakan dan program perusahaan yang menyangkut dua elemen kunci yaitu *Good Corporate Governance* yang meliputi etika bisnis, manajemen sumber daya manusia, jaminan sosial bagi pegawai, serta kesehatan dan keselamatan kerja dan *Good Corporate Responsibility* yang meliputi pelestarian lingkungan, pengembangan masyarakat (*community development*), perlindungan hak asasi manusia, perlindungan konsumen, relasi dengan pemasok, dan penghormatan terhadap hak-hak pemangku kepentingan lainnya.

2.2.7 Undang-Undang CSR

Corporate Social Responsibility bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan di bawah divisi *human resource development* atau *public relations*. CSR bisa pula dilakukan oleh yayasan yang dibentuk terpisah dari organisasi

induk perusahaan namun tetap harus bertanggung jawab ke CEO atau ke dewan direksi. Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama dengan mitra lain, seperti LSM, perguruan tinggi atau lembaga konsultan. Beberapa perusahaan ada pula yang bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan CSR. Beberapa perusahaan bahkan ada yang menjalankan kegiatan serupa CSR, meskipun tim dan programnya tidak secara jelas berbendera CSR (Suharto, 2007).

Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No.40 Tahun 2007, yaitu dalam Pasal 74 yang berisi :

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- b. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

2.2.8 ISO 26000

ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang:

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.
2. Memperhatikan kepentingan dari para stakeholder;
3. Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional.
4. Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi :

1. Kepatuhan kepada hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan internasional
3. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

Adanya ketidakseragaman dalam penerapan *Coorporate Social Responsibility* diberbagai negara menimbulkan adanya kecenderungan yang berbeda dalam proses pelaksanaan *Coorporate Social Responsibility* itu sendiri di masyarakat.

Oleh karena itu diperlukan suatu pedoman umum dalam penerapan *Coorporate Social Responsibility* di manca negara. Dengan disusunnya ISO 26000 sebagai panduan (*guideline*) atau dijadikan rujukan utama dalam pembuatan pedoman SR yang berlaku umum, sekaligus menjawab tantangan kebutuhan masyarakat global termasuk Indonesia.

2.2.7 Pengaruh *Return On Asset* terhadap nilai perusahaan

Menurut Mamduh dan Abdul halim (2005:85), *Return On Asset* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. Menurut James C. Van. Horne (2009 :235) ROA berguna untuk mengukur efektivitas keseluruhan dalam menghasilkan laba melalui aktiva yang tersedia, dan daya untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi nilai ROA suatu perusahaan maka semakin baik karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi *Return On Asset* maka pendapatan perusahaan akan meningkat. Peningkatan pendapatan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih (2007), mendapatkan hasil bahwa variabel *Return On Asset* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil berbeda diperoleh oleh Suranta dan Pratana (2004), dalam penelitiannya ditemukan bahwa *Return On Asset* memiliki pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian dilakukan oleh Ulupui (2007), diperoleh hasil bahwa *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham satu periode ke depan.

2.2.8 Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Menurut Mamduh dan Abdul Halim (2007:81), *leverage* / solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. *Leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable*, artinya total hutangnya lebih besar jika dibandingkan dengan total asetnya (Horne,1997). *Leverage* merupakan rasio yang digunakan menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, dan juga sebagai rasio yang digunakan untuk membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva yang dimiliki suatu perusahaan, apabila investor melihat perusahaan memiliki asset yang tinggi namun juga memiliki risiko *leverage* yang tinggi, maka investor akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan asset tinggi pada perusahaan tersebut di peroleh dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu. Hal ini akan berdampak pada nilai perusahaan.

Menurut Weston dan Copeland (2001:65), dengan meningkatnya *financial leverage* nilai perusahaan akan mencapai maksimum dan kemudian menurun. Pada level tertentu *Debt to Capitalization Ratio* akan jadi berlebihan, sehingga perusahaan kesulitan untuk membayar hutangnya, Ferdinand, et.al (2005:138). Penelitian dilakukan oleh Suranta dan Pranata (2003) dan Sujoko (2007) menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

nilai perusahaan . Hasil berbeda diperoleh Johan Halim (2005) bahwa *leverage* memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.9 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar atau kecilnya *assets* yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar, sehingga semakin besar pula perusahaan dikenal dalam masyarakat. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan dengan total asset yang kecil (Ardi Murduko Sudarmadji, 2007).

Menurut Sujoko (2007) ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Hal tersebut dikarenakan perusahaan-perusahaan yang memiliki *size* yang cukup besar umumnya sudah berada pada tahap *maturity* dan akan memiliki prospek pembagian dividen yang baik dimasa yang akan datang serta pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

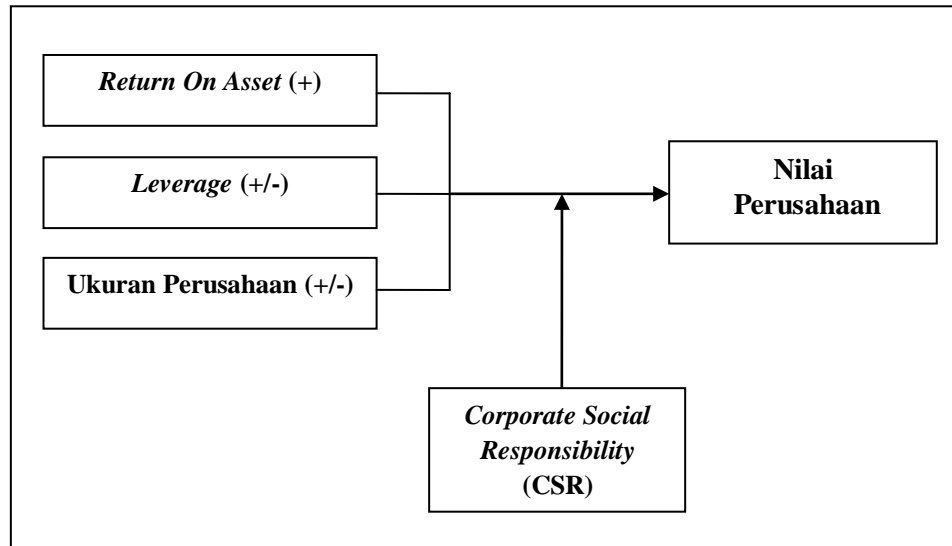
Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sudah dilakukan oleh Desemliyanti (2003), dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan yang negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda ditemukan oleh Sujoko (2007), diperoleh kesimpulan bahwa Struktur kepemilikan, faktor *ekstern*, faktor *intern*, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.10 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi analisis fundamental terhadap nilai perusahaan

Penerapan *Corporate Social Responsibility* secara konsisten merupakan bagian dari upaya memaksimalkan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tetap mengedepankan peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain informasi keuangan yang diwajibkan, perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para *stakeholder*. Dengan menggunakan CSR sebagai variabel moderasi dimungkinkan pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat (Yuniasih,2007).

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

- H₁ : *Return On Asset* (ROA), *Leverage*, Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.
- H₂ : *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif secara parsial terhadap nilai perusahaan.
- H₃ : *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.
- H₄ : *Return On Asset* (ROA), *Leverage*, Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi