

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menyusun penelitian, peneliti menggunakan hasil dari riset terdahulu yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Peneliti saat ini menggunakan dua puluh dua (22) riset terdahulu yang berhubungan dengan nilai perusahaan (variabel endogen), dan profitabilitas (variabel mediasi). Berikut ini adalah penelitian-penelitian dari riset terdahulu :

1. Sari (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2017), memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *size*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian ini menggunakan perusahaan transportasi yang terdaftar pada BEI pada periode 2011-2014. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh 10 perusahaan yang *go public* sebagai sampel. Metode analisis data adalah analisis regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder pada BEI. Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas, *size*, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *size, leverage*
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan

3. Teknik sampel menggunakan *purposive sampling*

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan sampel perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI
2. Menggunakan periode penelitian yang berbeda
3. Tidak ada variabel *intervening*

2. Anjarwati, dkk (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Anjarwati dkk, (2016) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara profitabilitas, *size*, likuiditas terhadap nilai perusahaan, peneliti juga ingin mengetahui pengaruh antara profitabilitas, *size*, dan likuiditas terhadap struktur modal, dan yang terakhir peneliti ingin mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Populasi pada penelitian ini menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI. Data yang digunakan peneliti adalah data sekunder pada perusahaan manufaktur periode 2012-2015 yg terdaftar di BEI. Hasil penelitian menyatakan profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh negatif terhadap struktur modal, *size* berpengaruh positif terhadap struktur modal, struktur modal dan likuiditas berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dan *size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Struktur modal dapat memediasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak dapat memediasi *size* terhadap nilai perusahaan dan yang terakhir struktur modal dapat memediasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *size*
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
3. Teknik sampel menggunakan *purposive sampling*

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan manufaktur yang ada di BEI
2. Menggunakan periode penelitian yang berbeda
3. Tidak menggunakan variabel *intervening*

3. Ayu dan Suarjaya (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu dan Suarjaya, (2017) untuk menganalisis pengaruh profitabilitas pada CSR, pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan, dan yang terakhir untuk menganalisis adanya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang melalui CSR. Peneliti menggunakan populasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar pada BEI periode 2010-2014. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampling jenuh yang diperoleh sebanyak 24 perusahaan, dengan total 120 pengamatan. Metode yang digunakan peneliti adalah *observasi non partisipan* yang digunakan pada analisis jalur (*path analysis*). Peneliti yang dilakukan oleh Ayu dan Suarjaya, (2017) menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan (+) terhadap CSR, profitabilitas dan CSR memiliki pengaruh signifikan (+) terhadap nilai perusahaan, dan yang terakhir profitabilitas berpengaruh secara signifikan (+) pada nilai perusahaan

melalui *CSR*. Hasil penelitian dinyatakan *CSR* dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan analisis jalur *path analysis*
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
3. Menggunakan *Stakeholder Theory* dan *Legitimacy Theory*

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan pertambangan yang ada di BEI
2. Menggunakan periode penelitian yang berbeda
3. Teknik sampling yang berbeda
4. **Setiadewi dan Purbawangsa (2015)**

Penelitian yang dilakukan oleh Setiadewi dan Purbawangsa, (2017) bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh *size* dan *leverage* terhadap profitabilitas, dan juga ingin mengetahui signifikansi pengaruh *size*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar pada BEI. Sampel yang digunakan sebanyak 10 sampel perusahaan. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *observasi nonpartisipan* yang melalui laporan keuangan. Variabel yang digunakan peneliti yaitu *size* dan *leverage* sebagai variabel independen, profitabilitas sebagai variabel mediasi, dan nilai perusahaan sebagai variabel

dependen. Hasil pada penelitian ini menyatakan profitabilitas sebagai variabel intervening atau mediasi tidak mampu memediasi *size* dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. *Size* dan *leverage* berpengaruh namun tidak secara signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan *size* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Leverage*. *Size* pada penelitian ini berpengaruh tidak signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan (+) terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *size*, dan *leverage*
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
3. Menggunakan variabel mediasi profitabilitas

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan *food and beverages* yang ada di BEI
2. Menggunakan teknik *observasi nonpartisipan*
3. Menggunakan periode penelitian yang berbeda

5. Karundeng, dkk (2017)

Penelitian oleh Karundeng dkk, (2017), merupakan penelitian kuantitatif yang ingin mengetahui pengaruh *CSR* dalam peningkatan nilai perusahaan pertambangan yang memanfaatkan aktivitas pada SDA, serta pengaruh profitabilitas, kepemilikan manajemen, dan *size* yang sebagai faktor

memoderasi hubungan antara *CSR* dan nilai perusahaan. Objek penelitian data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar pada BEI periode 2012-2016. Penelitian ini menyimpulkan *CSR* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, secara parsial pengaruh kepemilikan manajemen, dan *size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dapat berpengaruh pada nilai perusahaan. Selanjutnya, profitabilitas yang sebagai moderasi dapat memperkuat hubungan antara *CSR* dan nilai perusahaan, akan tetapi penelitian ini juga menyimpulkan bahwa kepemilikan manajemen dan *size* tidak dapat memperkuat hubungan antara *CSR* dan nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
2. Menggunakan variabel independen *CSR*, *size*
3. Menggunakan jenis penelitian kuantitatif

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan pertambangan pada BEI
2. Tidak menggunakan variabel *intervening* atau mediasi
3. Periode penelitian yang berbeda

6. Cecilia, dkk (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Cecilia dkk, (2015) ingin mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh *CSR*, profitabilitas, dan *size* baik secara parsial maupun secara simultan terhadap nilai perusahaan. Sektor industri yang digunakan oleh peneliti adalah industri perkebunan yang *go public* di Indonesia, Malaysia, dan Singapura pada periode 2012-2014. Sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis linier berganda (*multiple linier regression*). Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial *CSR*, dan *size* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak pada profitabilitas yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, *CSR*, *size*, dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *CSR*, dan *size*
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
3. Menggunakan metode *purposive sampling*

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan sektor industri perkebunan yang *go-public*
2. Periode penelitian yang berbeda
3. Tidak ada variabel intervening

7. Pamungkas dan Puspaningsih (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas dan Puspaningsih, (2016), untuk menguji hubungan keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, dan *size* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk dapat menentukan jumlah sampel. Penggunaan sampel pada penelitian yaitu 25 perusahaan manufaktur yang ada di BEI pada periode 2009-2011. Analisis data menggunakan metode regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan keputusan pendanaan, kebijakan dividen, dan *size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *size*
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
3. Menggunakan *purposive sampling*

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan manufaktur yang ada di BEI
2. Total sampel yang digunakan
3. Periode yang digunakan pada penelitian.

8. Rakasiwi, dkk (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Rakasiwi dkk, (2017) memiliki tujuan untuk mengetahui dan menguji adanya pengaruh *EPS*, *size*, profitabilitas, *leverage*, *sales*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang ada di BEI pada periode 2010-2015. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Sampel yang dipakai pada penelitian ini dari populasi yang melalui metode *purposive sampling* sebanyak 17 perusahaan. Analisis data menggunakan metode regresi sederhana. Pada hasil uji t disimpulkan *EPS*, *size*, profitabilitas, *leverage* dan *sales growth* memiliki pengaruh tidak signifikan (-) terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen berpengaruh signifikan (+) terhadap nilai perusahaan. Sementara secara simultan, *EPS*, *size*, profitabilitas, *leverage*, *sales growth*, dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *size*, *leverage*
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
3. Menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan *food and beverage* yang ada di BEI
2. Periode penelitian yang digunakan
3. Menggunakan teknik analisis regresi sederhana

9. Ratih dan Damayanti (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Ratih dan Damayanti, (2016) memiliki tujuan untuk dapat mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan teknik dalam penentuan sampel yaitu *probability sampling* dan *purposive sampling*. Populasi yang digunakan sebanyak 110 perusahaan manufaktur yang ada di BEI periode 2013-2014. Teknik analisis data menggunakan *Moderated Regression Analysis*. Hasil penelitian menyatakan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh kepemilikan manajerial dengan arah hubungan yang negatif, sedangkan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. CSR dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. CSR tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
2. Menggunakan metode sampel *purposive sampling*
3. Data yang diambil merupakan dari BEI

Perbedaan Penelitian

1. Teknik analisis data *Moderated Regression Analysis*
2. Menggunakan perusahaan manufaktur
3. Menggunakan penentuan sampel *probability sampling*

10. Wati dan Asandimitra (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Wati dan Asandimitra, (2017) memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial terhadap profitabilitas, profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan pengaruh profitabilitas yang memediasi hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Jenis penelitian ini menggunakan kausal dengan pendekatan kuantitatif untuk dapat mengetahui hubungan sebab akibat pada GCG (*Good Corporate Governance*) pada nilai perusahaan dengan variabel profitabilitas sebagai *intervening* (mediasi). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2011-2015. Peneliti menggunakan *purposive sampling*, sampel yang diperoleh 14 perusahaan sebagai objek penelitian. Hasil penelitian menyatakan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas bukan merupakan variabel *intervening* yang dapat menjembati hubungan anatar kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel mediasi profitabilitas
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
3. Menggunakan teknik *purposive sampling*.

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan sektor industri barang konsumsi
2. Jumlah sampel yang digunakan
3. Periode penelitian yang digunakan.

11. Pratama dan Wiksuana (2016)

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana, (2016) adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara *size*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta untuk mengetahui pengaruh *size* dan *leverage* terhadap profitabilitas. Pengumpulan data menggunakan metode observasi non partisipan dengan teknik *path analysis*. Objek pada penelitian ini menggunakan perusahaan telekomunikasi yang ada di BEI periode 2009-2013. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 6 perusahaan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *size*, *leverage*, dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan (+) terhadap nilai perusahaan. *Size*, *leverage* memiliki pengaruh signifikan (+) terhadap profitabilitas. Profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *size dan leverage*
2. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
3. Menggunakan metode penelitian *path analysis*.

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan telekomunikasi
2. Teknik pengumpulan data
3. Jumlah sampel yang digunakan

12. Bachrudin dan Ngumar (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Bachrudin dan ngumar, (2017) memiliki tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, dan pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi khusus pada farmasi, yang terdaftar di BEI periode 2012-2014. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel 10 perusahaan manufaktur dengan 30 pengamatan. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh signifikan (-) terhadap nilai perusahaan, sedangkan *size*, dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, seluruh variabel independen memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan
2. Menggunakan variabel independen *size* dan *leverage*

3. Menggunakan teknik sampel *purposive sampling*

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi khusus pada farmasi
2. Periode penelitian yang digunakan
3. Menggunakan jumlah sampel 10

13. Wijayanti, dkk (2011)

Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti dkk, (2011) adalah untuk menyelidiki pengaruh *CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap profitabilitas atau kinerja keuangan perusahaan. Teknik sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*, agar mendapatkan sampel yang representif sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Sampel yang digunakan berjumlah 44 perusahaan. Objek industri yang digunakan pada bidang manufaktur terdaftar di BEI pada periode 2008. Hasil dari penelitian ini disimpulkan *CSR (Corporate Social Responsibility)* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel variabel independen *CSR*
2. Memiliki tujuan yang sama untuk menyelidiki pengaruh *CSR* terhadap profitabilitas

3. Menggunakan teknik sampel *purposive sampling*

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
2. Menggunakan Alat uji statistik SPSS
3. Periode penelitian yang digunakan

14. Pramesti, dkk (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Pramesti dkk, (2016) bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial pada *Current Ratio*, *Debt To Equity*, *Total Aset Turnover* dan *size* terhadap profitabilitas. Menggunakan penelitian secara kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2014. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, data yang diperoleh berjumlah 30 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian dapat dinyatakan bahwa secara parsial *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan *DER*, *TAT*, dan *size* dapat memiliki pengaruh terhadap profitabilitas.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *leverage*, dan *size*
2. Menggunakan rasio *DER* untuk mengetahui *leverage*
3. Menggunakan teknik data yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan otomotif yang ada di BEI
2. Jumlah sampel yang digunakan
3. Penggunaan periode penelitian yang berbeda.

15. Puspitasari dan Hartono (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari dan Hartono, (2016) memiliki tujuan untuk mengetahui ukuran dewan direksi berpengaruh terhadap profitabilitas, ukuran komite audit berpengaruh terhadap profitabilitas, dan *size* berpengaruh terhadap profitabilitas. Data yang digunakan adalah data sekunder. Populasi yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2011-2014 yang terdiri dari 42 perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini dinyatakan bahwa ukuran dewan direksi berpengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran komite audit, dan *size* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *size*
2. Pengambilan sampel menggunakan data sekunder yang ada di laporan keuangan
3. Menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan pertambangan yang ada di BEI
2. Jumlah atau total data yang digunakan
3. Periode penelitian yang digunakan

16. Widiastuti, dkk (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti, dkk (2016) bertujuan untuk menganalisis secara empiris *leverage*, *size*, pertumbuhan perusahaan, rasio likuiditas, dan rasio aktivitas terhadap profitabilitas. Populasi sampel digunakan sebanyak 35 perusahaan keuangan dan perbankan yang di BEI periode 2010-2014, teknik yang digunakan *purposive sampling* dan memperoleh 175 data. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menyatakan *Leverage* berpengaruh signifikan (-) terhadap profitabilitas, *size* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, rasio likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, dan rasio aktivitas memiliki pengaruh signifikan (+) terhadap profitabilitas.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen *leverage* dan *size*
2. Menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel
3. Menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda.

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan keuangan dan perbankan
2. Jumlah atau total sampel yang digunakan
3. Periode penelitian yang digunakan

17. Wardani, dkk (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Wardani dkk, (2016) bertujuan untuk mengetahui pengaruh DER pada profitabilitas, *Inventory Turnover* berpengaruh terhadap profitabilitas, *Total Aset Turnover* berpengaruh terhadap profitabilitas, *size* berpengaruh terhadap profitabilitas. Metode penelitian yang digunakan, adalah data kualitatif dan data kuantitatif, sumber data menggunakan data sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan *Real Estate* dan *Property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 50 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu sejumlah 33 perusahaan.

Hasil dari penelitian ini menyatakan secara parsial dapat diketahui bahwa *Debt to Equity Ratio* memiliki pengaruh signifikan (-) terhadap profitabilitas, Secara parsial dapat diketahui bahwa *Inventory Turnover* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas. Secara parsial dapat diketahui bahwa *Total Asset Turnover* berpengaruh signifikan (+) terhadap profitabilitas. Secara parsial dapat diketahui bahwa *SIZE* memiliki pengaruh signifikan (+) terhadap profitabilitas.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan *size* sebagai variabel independen
2. Menggunakan *purposive sampling*
3. Menggunakan sumber data secara sekunder

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan *Real Estate* dan *Property* yang terdaftar di BEI
2. Jumlah atau sampel yang digunakan
3. Periode yang digunakan

18. Shalihah dan Nuraina (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Shalihah dan Nuraina, (2013) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *CSR* terhadap profitabilitas. Sampel pada penelitian ini menggunakan semua perusahaan yang ada di infrastruktur, utilitas, dan transportasi pada BEI periode 2010-2012. Menggunakan metode *purposive judgement*, dan menggunakan teknik analisis data regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah *CSR* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan *CSR* sebagai variabel independen
2. Menggunakan sumber data sekunder
3. Menggunakan rasio-rasio keuangan yang ada di BEI

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan infrastruktur, utilitas, dan transportasi di BEI
2. Menggunakan metode *purposive judgement*
3. Periode peneliti yang digunakan

19. Rahayu, dkk (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dkk, (2014) bertujuan untuk menaikkan kinerja keuangan perusahaan. Peneliti juga tertarik untuk menguji CSR terhadap profitabilitas. Jenis penelitian *eksplanatory* karena, menunjukkan hubungan kausal variabel lewat pengujian hipotesis.

Sampel yang digunakan *purposive sampling* dan memperoleh sebanyak 21 perusahaan sektor pertambangan yang di BEI pada periode 2012-2013. Analisis data menggunakan teknik regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan CSR terhadap profitabilitas (*ROA, ROE*).

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan CSR sebagai variabel independen
2. Menggunakan *purposive sampling* dalam pengambilan sampel data
3. Menggunakan rasio *ROA* untuk mencari nilai profitabilitas

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan pertambangan di BEI
2. Menggunakan Jenis penelitian *eksplanatory*
3. Periode peneliti yang digunakan

20. Shindhudiptha dan Yasa (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Shindhudiptha dan Yasa, (2013) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 303 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil dari penelitian menyatakan variabel kinerja keuangan tidak dapat memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Tidak mampunya kinerja keuangan memediasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan, karena adanya proksi ROA belum mampu menggambarkan kinerja keuangan perusahaan yang sebenarnya.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel mediasi profitabilitas
2. Menggunakan variabel independen CSR
3. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan.

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan seluruh perusahaan yang ada di BEI periode 2009-2011
2. Jumlah sampel data yang digunakan
3. Periode penelitian

21. Yaparto, dkk (2013)

Penelitian yang dilakukan Yaparto dkk, (2013) untuk menguji pengaruh CSR terhadap profitabilitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2011. Menggunakan 158 sampel perusahaan, yang dipilih secara *purposive judgment sampling*. Hasil pada penelitian ini menyatakan CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan variabel independen CSR
2. Menggunakan metode analisis data regresi linier berganda
3. Menggunakan pendekatan kuantitatif

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan manufaktur di BEI
2. Menggunakan *purposive judgment sampling*

3. Periode yang digunakan penelitian.

22. Candrayanthi dan Saputra (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Candrayanthi dan Saputra, (2013) bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *CSR* terhadap profitabilitas. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian adalah regresi linier sederhana dengan adanya tiga kali uji yaitu *ROA*, *ROE*, dan *NPM*.

Metode yang digunakan penelitian adalah metode *purposive sampling* dan berjumlah 34 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2011. Hasil dari penelitian ini menyatakan *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas atau kinerja keuangan perusahaan pada perhitungan *ROA* dan *ROE*, sedangkan *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas atau kinerja keuangan perusahaan pada perhitungan *NPM*.

Persamaan Penelitian

1. Menggunakan *CSR* sebagai variabel independen
2. Menggunakan teknik pengambilan data *Purposive sampling*
3. Menggunakan data secara sekunder dalam melakukan perhitungan

Perbedaan Penelitian

1. Menggunakan perusahaan pertambangan di BEI
2. Menggunakan analisis data regresi linier sederhana
3. Periode yang digunakan

Tabel 2.1
Matriks Riset Nilai Perusahaan

| No | Peneliti | CSR | SIZE | PROFIT | LEV | CR | DER | KM | KI | KD | SG | EPS |
|----|-----------------------------------|-----|--------|--------|-------|----|-----|----|------|------|-------|-------|
| 1 | Sari (2017) | | S | S(+) | S | | | | | | | |
| 2 | Anjarwati, dkk (2016) | | S | S(+) | | TS | TS | | | | | |
| 3 | Ayu dan Suarjaya (2017) | S | | S(+) | | | | | | | | |
| 4 | Setiadewi dan Purbawangsa (2015) | | TS | S(+) | | | | | | | | |
| 5 | Karudeng, dkk (2017) | TS | TS | S(+) | | | | TS | | | | |
| 6 | Cecilia, dkk (2015) | TS | TS | S(+) | | | | | | | | |
| 7 | Pamungkas dan Puspaningsih (2016) | | TS | | | | TS | | S | TS | | |
| 8 | Rakasiwi, dkk (2017) | | TS (-) | TS(-) | TS(-) | | | | | S(+) | TS(+) | TS(-) |
| 9 | Ratih dan Damayanti (2016) | | | TS | | | | | S(-) | | | |
| 10 | Wati dan Asandimitra (2017) | | | S(+) | | | | TS | | | | |
| 11 | Pratama dan Wiksuana (2016) | | S | | S | | | | | | | |
| 12 | Bachrudin dan Ngumar (2017) | | TS | | S(-) | | | TS | | | | |
| 13 | Sindhudiptha dan Yasa (2013) | S | | S | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|------------------|------------------|---------------------------------------|--------|----------------|-----|----------------------|--------|--------------------------|--------|----------------------|-------------|------------------------|
| Tidak Signifikan | C S R | Corporate Social Responsibility | PROFIT | Profitabilitas | CR | Curren t Ratio | K M | Kepemilikan Manajemen | K D | Kebijakan Dividen | E P S | Erning Per Share |
| Signifikan | S I Z E | Ukuran Perusahaan | LEV | Leverage | DER | Debt To Equity | K I | Keputusan Investasi | S G | Sales Growth | | |

Sumber : Data olah sendiri

Tabel 2.2
Matriks Riset Profitabilitas

| No | Peneliti | CSR | SIZE | DER | IT | TAR | CR | TATO | UDD | UKA | RL | PP |
|----|----------------------------------|-----|------|------|----|------|----|------|-----|-----|----|----|
| 1 | Wijayanti, dkk (2011) | TS | | | | | | | | | | |
| 2 | Pramesti, dkk (2016) | | S | S | | | TS | S | | | | |
| 3 | Puspitasari dan Hartono (2016) | | TS | | | | | | S | TS | | |
| 4 | Widiastuti, dkk (2016) | | TS | S(-) | | S(+) | | | | | TS | TS |
| 5 | Wardani, dkk (2016) | | S(+) | S(-) | TS | S(+) | | | | | | |
| 6 | Shalihah dan Nuraina (2013) | TS | | | | | | | | | | |
| 7 | Rahayu, dkk (2014) | S | | | | | | | | | | |
| 8 | Yaparto, dkk (2013) | TS | | | | | | | | | | |
| 9 | Candrayanthi dan Saputra (2013) | S | | | | | | | | | | |
| 10 | Setiadewi dan Purbawangsa (2015) | | TS | TS | | | | | | | | |
| 11 | Pratama dan Wiksuana (2016) | | S | S | | | | | | | | |
| 12 | Sindhudiptha dan Yasa (2013) | S | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|------------------|------------------|---------------------------------------|---------|---------------------------|-------------|---------------------------|----------|----------------------------|-------------|---------------------------|----|---------------------------|
| Tidak Signifikan | C S R | Corporate Social Responsibility | DE R | Debt To Equity | T A R | Total Aset Turnover | TA TO | Total Aset Turnover | U K A | Ukuran Komite Audit | PP | Pertumbuhan Perusahaan |
| Signifikan | S I Z E | Ukuran Perusahaan | IT | Inventor y Turnover | C R | Current Ratio | UD D | Ukuran Dewan Direksi | R L | Rasio Likuiditas | | |

Sumber : Data olah sendiri

2.2 Landasan Teori

Dalam penelitian ini teori yang digunakan sebagai acuan untuk membangun pemikiran dan pemahaman masalah yang ada, yaitu *Signalling Theory*, *Stakeholder Theory* dan *Legitimacy Theory*.

2.2.1. *Signaling Theory* (Teori Sinyal)

Signaling Theory atau Teori sinyal pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menyatakan bahwa teori sinyal merupakan cara perusahaan untuk membedakan dengan perusahaan lain dan biasanya dilakukan oleh manajer yang memiliki berkedudukan tinggi (Spence, 1973). Teori sinyal merupakan proses yang memakan biaya berupa *dead weight costing*, yang bertujuan untuk meyakinkan investor tentang nilai perusahaan. Sinyal yang baik adalah yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain yang memiliki nilai lebih rendah, karena adanya faktor biaya (www.google.com).

Signaling Theory merupakan teori yang dapat digunakan dalam memberikan dorongan kepada perusahaan untuk penyampaian informasi kepada pihak eksternal. Terjadinya dorongan akibat asimetri informasi antara pihak manajemen dengan pihak eksternal. Untuk dapat meminimalisir asimetri informasi, perusahaan harus dapat mengungkapkan informasi baik dari sisi keuangan maupun non keuangan. Tujuan terjadinya laporan pada *CSR* adalah untuk memberikan sinyal bagi para investor bahwa perusahaan tersebut tidak sekedar dalam menyajikan informasi keuangan tetapi juga pada lingkungan sekitar perusahaan (Shindhudiptha dan Yasa, 2013).

Menurut (Cecilia dkk, 2015) menyatakan bahwa *Signaling Theory* merupakan unsur informasi penting bagi para investor dan pelaku bisnis karena dapat memberikan keterangan, catatan maupun gambaran baik untuk keadaan masa lampau, maupun keadaan masa yang akan datang demi kelangsungan hidup

perusahaan. Memberikan informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu memang sangat diperlukan oleh investor yang ada dipasar modal sebagai alat analisis pengambilan keputusan investasi.

Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan volume perdagangan saham. Jika informasi yang diumumkan tersebut sebagai sinyal baik untuk investor, maka pertanda perusahaan memiliki prospek yang baik di masa mendatang (*good news*), sehingga investor akan tertarik dalam melakukan perdagangan saham yang tercermin melalui reaksi pasar dalam perubahan volume perdagangan saham. Dengan demikian hubungan antar publikasi informasi baik laporan keuangan, kondisi keuangan maupun sosial, politik, dan lingkungan terhadap fluktuasi volume perdagangan saham dapat dilihat dalam efisiensi pasar.

2.2.2. Stakeholder Theory (Teori Stakeholder)

Stakeholder theory merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang dikenal sejak awal 1970, secara umum dikenal dengan sebutan *Stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Stakeholder theory menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak dalam memperoleh informasi yang mengenai aktivitas perusahaan selama periode tertentu yang dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan. Keberadaan *stakeholder* di dalam perusahaan sangat penting. Kaitannya dengan

CSR adalah semua informasi yang diberikan kepada perusahaan mengenai aktivitas kinerja perusahaan kepada *stakeholder* tidak didasarkan pada kinerja keuangan saja. *CSR* dapat memberikan informasi tambahan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan sehingga dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan bagi para pemegang saham. *CSR* mewajibkan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada *stakeholder* dan melaporkan pertanggung jawaban yang telah dilakukan perusahaan (Shindhudiptha dan Yasa, 2013).

Stakeholder Theory merupakan teori yang dapat menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan dapat memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. Teori *stakeholder* menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela pada pengungkapan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual, yang melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk dapat memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang dapat memberikan pengakuan oleh *stakeholders*. Salah satu bentuk pengungkapan sukarela yang berkembang saat ini yaitu publikasi *CSR* (Cecilia dkk, 2015).

2.2.3. *Legitimacy Theory* (Teori Legitimasi)

Legitimacy Theory atau Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang diungkapkan oleh Dowling & Pfeffer (1975) dalam Ghozali & Chairi (2007) yang mengungkapkan bahwa legitimasi sebuah kondisi atau status yang ada ketika sistem nilai entitas kongruen dengan sistem masyarakat yang

lebih luas di tempat entitas tersebut. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk menyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya diterima oleh masyarakat, dengan adanya penerimaan dari masyarakat diharapkan nilai perusahaan dapat meningkat sehingga berdampak pula pada peningkatan laba perusahaan. Semua ini dapat memberikan bantuan dan dorongan investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Legitimacy Theory dapat dilakukan apabila perusahaan sejalan dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat. Kelangsungan hidup perusahaan akan berdampak negatif jika tidak ada keselarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem nilai masyarakat ataupun lingkungan. Faktor tersebut menyebabkan perusahaan tidak memperoleh legitimasi (Shindhudiptha dan Yasa, 2013).

Legitimasi Theory merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, yang terutama terkait dengan memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat semakin modern. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan dan dicari oleh perusahaan dari masyarakat.

Legitimasi adalah pemanfaatan atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk dapat bertahan hidup (*going concern*). Arti dan penjelasan tersebut dapat memberikan isyarat, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada pihak masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Sebagai sistem yang

mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus seimbang dengan harapan ataupun keinginan masyarakat (Cecilia, dkk, 2015).

2.2.4. CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial adalah jiwa perusahaan agar dapat mencapai tujuan bisnis yang mencakup citra pada perusahaan, promosi, meningkatkan penjualan, membangun percaya diri, loyalitas karyawan, keuntungan, dalam ruang lingkup eksternal, tanggung jawab sosial berperan dalam menilai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan ekstitensi dan pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang.

Corporate Social Responsibility merupakan kegiatan sosial secara sukarela yang dilakukan oleh setiap perusahaan. *CSR* sangatlah berpengaruh pada pertumbuhan dalam meningkatkan kualitas kinerja keuangan perusahaan. Konsep *CSR* ini berfokus pada pemenuhan kesejahteraan *triple bottom line* yang tidak hanya berorientasi pada profit bagi *stakeholder* (*bottom line*), akan tetapi berfokus untuk membangun hubungan sosial terhadap *stakeholder* dan kelestarian lingkungan alam sekitar yang diharapkan untuk dapat mendukung adanya peningkatan kinerja dan nilai perusahaan. Perhitungan pada *CSR* dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai rumus sebagai berikut :

$$CSRDI_j = \frac{n}{k}$$

Keterangan

$CSRDI_j$: *CSR disclosure index* perusahaan j

n : Jumlah item pengungkapan *CSR* yang terpenuhi

k : Jumlah semua item pengungkapan *CSR* (78 item)

Pengukuran $CSRDI_j$ dilakukan dengan menggunakan :

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item *Checklist*.

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item *Checklist*.

$$CSRDI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

- CSDI** : CSR *Disclosure Index*
Xij : Jumlah *disclosure* perusahaan, $n \leq 78$
n : Jumlah item checklist *disclosure*, $n = 78$

2.2.5. SIZE (Ukuran Perusahaan)

Ukuran perusahaan (*Firm Size*) merupakan penjelasan tentang besar kecilnya suatu perusahaan, berdasarkan dari ukuran dapat juga dilihat dari jenis-jenis usaha atau kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan. Cara menentukan besar kecilnya *size* suatu perusahaan dapat dilihat pada total aset dan rata-rata total aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki *firm size* tinggi cenderung memiliki total aset yang tinggi juga. Sehingga dapat disimpulkan jika semakin besar *firm size* maka semakin besar pula profitabilitas perusahaan (Anjarwati dkk, 2016).

Perusahaan yang memiliki total aset dengan jumlah yang besar akan lebih banyak mendapatkan perhatian dari investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki total aset kecil. Jika perusahaan tersebut memiliki total aset yang besar maka dari pihak manajemen akan lebih mudah dan bebas dalam menggunakan aset pada perusahaan tersebut. Kemudahan dalam mengendalikan aset perusahaan inilah yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Cecilia dkk, 2015). Perhitungan pada *SIZE* dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Firm\ Size = Natural\ Log\ of\ Total\ Assets$$

2.2.6. *Leverage*

Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang memiliki keterkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang memiliki kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman (Pratama dan Wiksuana, 2016).

Leverage merupakan rasio yang dapat mengukur pertimbangan antar hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri. *Leverage* dapat dipahami sebagai gambaran dari resiko yang melekat pada perusahaan. Dengan adanya *high* pada rasio *leverage* dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak *solvable* artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya atau modalnya.

Perusahaan yang dengan rasio *leverage* besar potensi kegagalan hutang yang bisa mengarahkan perusahaan pada kebangkrutan usaha. Rasio *leverage* digunakan untuk menilai seberapa jauh perusahaan dapat dibiayai oleh hutang. Oleh karena itu, untuk menyeimbangkan tingkat risiko yang *high* maka pihak manajemen akan melakukan analisis hutang agar dapat menarik minat investor untuk dapat berinvestasi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Bachrudin dan Ngumar, 2017). Perhitungan rasio *Leverage* dilakukan seperti berikut :

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Jumlah Kewajiban}}{\text{Jumlah Equity}} \times 100\%$$

2.2.7. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan skema dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan dan merupakan salah satu faktor yang menjadi acuan investor untuk membeli saham pada perusahaan. Bagi perusahaan, peningkatan profitabilitas adalah suatu kewajiban agar saham pada perusahaan dapat dilirik oleh investor. Para investor dapat melakukan *overview* suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan dapat menggambarkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Apabila investor ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan *return* atas investasi yang mereka tanamkan, yang akan di lihat pertamakali adalah rasio profitabilitas, karena rasio ini berfungsi mengukur untuk seberapa efektif perusahaan menghasilkan *return* bagi para investor (Cecilia dkk, 2015).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dalam penjualan, total asset maupun modal sendiri. Menurut teori *pecking order* dan pendapat peneliti sebelumnya, perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan yang besar pasti akan memiliki sumber pendanaan internal yang lebih besar dan dapat mendorong perusahaan untuk menggunakan terlebih dahulu untuk kebutuhan operasional. Apabila tingkat pemakaian hutang atau pendanaan eksternal digunakan relative kecil akan memperkecil resiko timbulnya koleps atau kebangkrutan serta biaya hutang yang terlalu tinggi (Anjarwati dkk, 2016). Profitabilitas dapat dilakukan perhitungan dengan berbagai rasio sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Equity}}$$

2.2.8. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diartikan sebagai nilai pasar. Karena nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham secara maksimum, apabila harga saham perusahaan meningkat, maka semakin tinggi harga saham, jika semakin tinggi kesejahteraan pemegang saham dan semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang, serta dapat mencerminkan aset yang dimiliki oleh perusahaan (Cecilia dkk, 2015).

Manajer keuangan perlu menentukan tujuan yang harus dicapai, dalam mengambil keputusan keuangan. Keputusan keuangan yang tepat dapat memaksimalkan nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini tetapi juga pada kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.

Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan perhitungan *price to book value*. *Price to book value* (PBV) yang tinggi akan membuat pasar percaya atas kinerja perusahaan (Raksiwi dkk, 2017). Perhitungan pada nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai perhitungan sebagai berikut :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

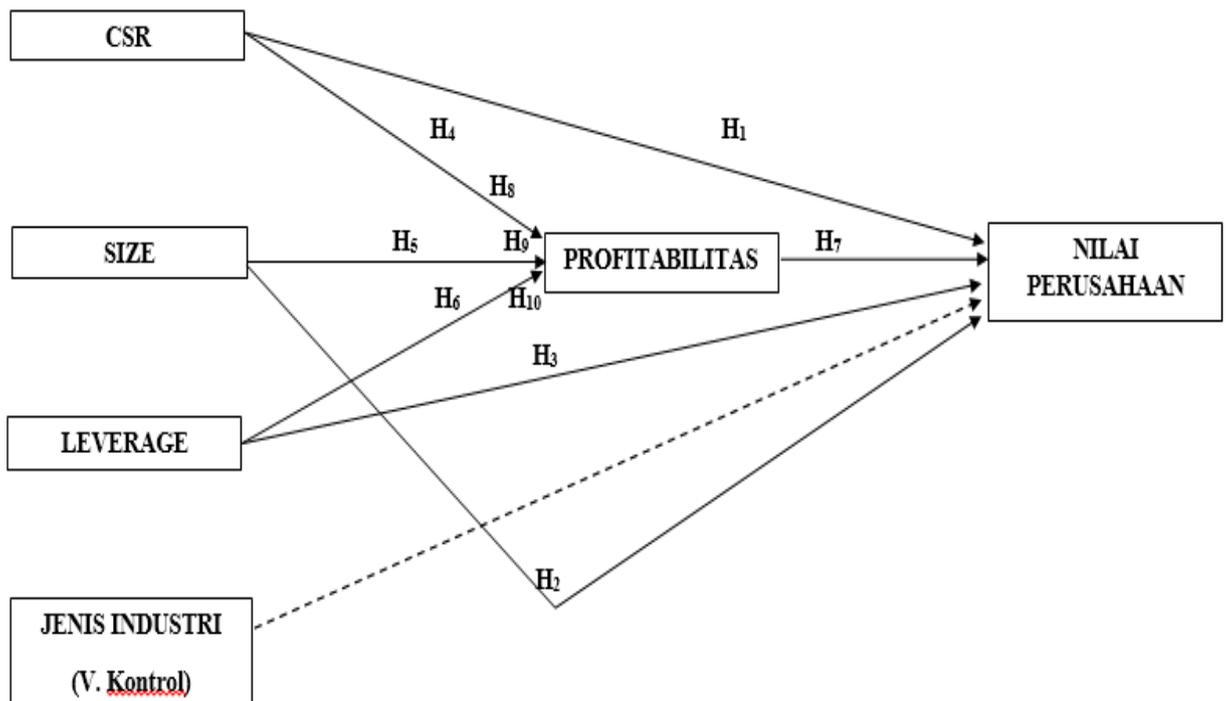
$$Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Keterangan :

Q :Nilai perusahaan EBV :Nilai buku dari ekuitas
EMV :Nilai pasar ekuitas D :Nilai buku dari total utang

$$NP = \frac{\text{Harga Saham/lembar}}{\text{Nilai Buku Saham/lembar}} \times 100\%$$

2.3 Kerangka Pemikiran



Data : Olah Sendiri

Gambar 2.3

Kerangka pemikiran

2.3.1. CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan itu dinyatakan bagus jika dapat menerapkan CSR dengan baik agar dapat meningkatkan nilai pada perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan berdampak pada *stakeholder*. Maksud dari dampak pada *stakeholder* yaitu, untuk di era moderen seperti ini *stakeholder* tidak hanya melihat dari sisi profit perusahaan , melainkan juga melihat dari sisi non ekonomi seperti kinerja lingkungan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar perusahaan. Dengan adanya dampak positif akan memberikan kepercayaan bagi para *stakeholder*.

Perusahaan-perusahaan yang go public saat ini masih kurang melihat pada sisi non ekonomi, sehingga akan berdampak pada kerusakan lingkungan dan polusi disekitar perusahaan maupun merugikan pada perusahaan. Faktor lain juga dapat terjadi adanya demo atau penolakan perusahaan dan sistem produksi akan dihentikan, jika tidak menerapkan CSR secara baik.

Penelitian diatas didukung oleh Ayu dan Suarjaya,(2017) CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki pengaruh yang positif terhadap Nilai Perusahaan, dimana meningkatnya CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan berdampak pada nilai perusahaan, sehingga dapat menarik *stakeholder* untuk melakukan investasi. Meningkatnya nilai CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga akan memberikan dampak yang baik pada Nilai Perusahaan (Sindhudiptha dan Yasa, 2013). Hasil penelitian tersebut memberikan hipotesis seperti dibawah ini :

H₁ : CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2. SIZE berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Size (ukuran perusahaan) merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan beserta kapitalisasi pasar sahamnya. Faktor ini menerangkan bahwa suatu perusahaan yang besar akan memiliki akses mudah untuk ke pasar modal. Demikian disimpulkan jika semakin kecil *size*, maka semakin kecil nilai perusahaan.

Penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu yaitu Sari dan Handayani, (2016) bahwa ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif. Hal ini dikarenakan perusahaan yang ada pada pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan dukungan sumber daya perusahaan yang besar. Demikian juga, jika perusahaan memiliki tingkat pertumbuhan penjualan rendah kebutuhan terhadap sumber daya perusahaan juga akan semakin rendah.

Penelitian selanjutnya yang mendukung adanya signifikansi antara *size* terhadap nilai perusahaan yaitu Anjarwati dkk, (2016) bahwa ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh yang positif. Ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar juga nilai perusahaan tersebut (Pratama dan Wiksuana, 2016). Hasil tersebut akhirnya memberikan suatu hipotesis sebagai berikut :

H₂ : SIZE berpengaruh terhadap Nilai perusahaan

2.3.3. *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yang diproksikan dengan *debt to equity ratio*, aturan struktur *financial konservatif* memberi batas imbalan yang dapat dipertahankan oleh perusahaan mengenai besaran pada modal asing dan modal sendiri. Selain itu meningkatnya hutang pada perusahaan akan meningkatkan kebangkrutan dan kesulitan keuangan (*financial distress*) pada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bachrudin dan Ngumar, (2017), dengan hasil penelitiannya *leverage* memiliki pengaruh negatif tetapi signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Handayani, (2016) menyatakan bahwa *leverage* memberikan dampak negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana, (2016) dan Setiadewi dan Purbawangsa, (2015) juga mendukung adanya *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan hasil positif signifikan. Hasil tersebut akhirnya memberikan hipotesis seperti berikut :

H₃ : *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.3.4. CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas

Perusahaan yang tidak melakukan kegiatan CSR akan mendapatkan protes dari masyarakat yang dapat berakibat terhentinya kegiatan operasi pada perusahaan tersebut, dan juga akan berdampak pada kerugian. Perusahaan yang melakukan CSR dengan baik akan terhindar dari protes masyarakat, sehingga perusahaan dapat beroperasi dengan efektif dan mendapatkan keuntungan atau profit. Penelitian tersebut juga didukung oleh Rahayu dkk, (2014) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap

nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan pengukuran perusahaan yang secara keseluruhan dapat menghasilkan keuntungan dengan jumlah aktiva yang tersedia didalam perusahaan. Hasil uji yang diperoleh Chandrayanti dan Saputra, (2013) bahwa *CSR* memiliki pengaruh terhadap profitabilitas (*ROA*), hal tersebut juga didukung penelitian dari Shindhudiptha dan Yasa, (2013). Hipotesis yang dihasilkan pada penelitian saat ini yaitu :

H₄ : CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.3.5. SIZE berpengaruh terhadap Profitabilitas

Size (ukuran perusahaan) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, karena semakin besar *SIZE*, maka semakin besar keefektifan perusahaan dalam menghasilkan profit atau keuntungan (Pratama dan Wiksuana, 2016). Hasil penelitian tersebut membuktikan kekonsistenan pada penelitian Wardani dkk, (2016) dan Pramesti dkk, (2016) yang menyatakan bahwa *Size* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Hipotesis tersebut sangat konsisten pada hipotesis saat ini yaitu :

H₅ : SIZE berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.3.6. Leverage berpengaruh terhadap Profitabilitas

Leverage memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Profitabilitas. Semakin besar perusahaan dalam menggunakan pendanaan yang diperoleh dari hutang, maka semakin besar pula efektifitas perusahaan dalam menghasilkan laba, penelitian tersebut konsisten terhadap penelitian yang dilakukan oleh Pramesti dkk, (2016), Pratama dan Wiksuana, (2016). Penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti dkk, (2016) dan Wardani dkk, (2016) menyatakan

bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas.

Hipotesis tersebut sangat konsisten pada hipotesis saat ini yaitu :

H₆ : *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas

2.3.7. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai perusahaan

Rasio profitabilitas secara umum dapat dihitung dengan membagi laba dengan modal. Profitabilitas merupakan hasil akhir pada kebijakan dan keputusan-keputusan operasional perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Handayani, (2016) menyatakan bahwa profitabilitas dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang artinya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba itu baik. Semakin tinggi ROE maka semakin tinggi keuntungan yang dapat dicapai perusahaan, hal tersebut juga didukung penelitian dari Anjarwati dkk, (2016) , Ayu dan Suarjaya, (2017).

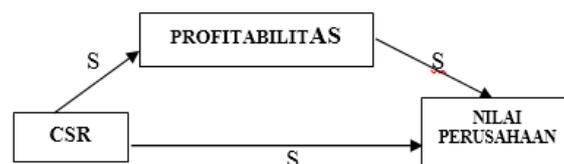
Profitabilitas memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Setiadewi dan Purbawangsa, 2015) yang menyatakan bahwa kenaikan pada profitabilitas akan berdampak pada nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Karundeng dkk, (2017) menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan signifikansi pada penelitian sebesar 0,016 ($<0,05$), sehingga hipotesis pada penelitian ini sangat mendukung secara statistik, hasil dari penelitian tersebut juga sama halnya yang dilakukan oleh Cecilia dkk, (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wati dan Asandimitra, (2017) menyatakan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai

perusahaan. Hasil perhitungan secara statistik menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai *CSR* sebesar 10,863 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, ada peningkatan profitabilitas akan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan begitu juga sebaliknya jika profitabilitas turun akan menurunkan nilai perusahaan. Hipotesis yang dihasilkan pada penelitian saat ini yaitu :

H7: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.3.8. Profitabilitas dapat memediasi pengaruh *CSR* terhadap Nilai Perusahaan

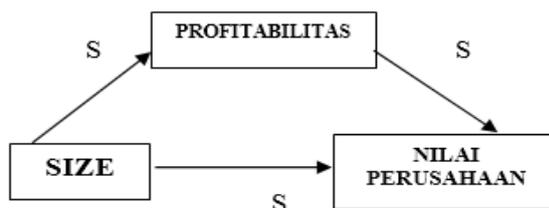


Penelitian yang dilakukan oleh Shindhudiptha dan Yasa, (2013) menyatakan bahwa, hipotesis dari penelitian ini tidak mampu di jawab atau ditolak. Hal ini disebabkan karena, kinerja keuangan perusahaan (profitabilitas) yang dihitung dengan rumus ROA tidak dapat memediasi hubungan antara *CSR* (*corporate social responsibility*) terhadap nilai perusahaan. Ketidak mampuan kinerja keuangan (profitabilitas) memediasi hubungan antara *CSR* dengan nilai perusahaan, dikarenakan proksi ROA tidak memiliki kemampuan dalam menggambarkan laba perusahaan yang sebenarnya. Adanya faktor lain yang merupakan arus kas bersih.

Perusahaan yang diperhitungkan dalam kinerja keuangan perusahaan (profitabilitas) menyebabkan *ROA* tidak mampu memediasi hubungan *CSR* terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut dapat dinyatakan bahwa mediasi sebagian, karena menghasilkan (S-S-S), maksudnya adalah *CSR* berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas dan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas juga berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₈ : Profitabilitas dapat memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

2.3.9. Profitabilitas dapat memediasi pengaruh SIZE terhadap Nilai Perusahaan



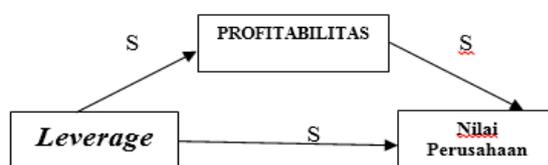
Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana, (2016) bahwa hasil uji Sobel menunjukkan profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh *Size* (ukuran perusahaan) terhadap nilai perusahaan. Pengaruh langsung antara *Size* (ukuran perusahaan) terhadap nilai perusahaan lebih besar (0,309) dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui mediasi profitabilitas (0,105). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh antara *Size* (Ukuran Perusahaan) terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji sebelumnya menunjukkan pengaruh yang positif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, positif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap profitabilitas dan positif signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut dinamakan penelitian

mediasi sebagian (S-S-S), karena ada tingkat signifikan antar variabel independen dengan dependen, lalu independen dengan pemediasi, dan pemediasi dengan dependen.

H₉ : Profitabilitas dapat memediasi pengaruh SIZE terhadap Nilai Perusahaan

2.3.10. Profitabilitas dapat memediasi pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan



Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana, (2016) menyatakan bahwa hasil uji Sobel profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Pengaruh langsung *leverage* terhadap nilai perusahaan lebih besar (0,366) dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui mediasi profitabilitas (0,111). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji sebelumnya menunjukkan pengaruh positif signifikan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan, positif signifikan antara *leverage* terhadap profitabilitas dan positif signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut sehingga memberikan pernyataan bahwa adanya mediasi sebagian (S-S-S), karena tingkat signifikansi antar variabel independen dengan dependen, lalu independen dengan pemediasi, dan pemediasi dengan dependen.

H₁₀ : Profitabilitas dapat memediasi pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.