

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh pihak lain yang dapat dipakai sebagai bahan referensi, yaitu :

1. **Prakash J. Singh, Kannan Sethuraman, Jocelin Y. Lam (2017)**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang terletak di China dan Hongkong. Sampel data digunakan melalui perusahaan yang terdaftar Hong Kong Stock Exchange pada periode 2009 - 2011. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Penelitian sekarang menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel moderasi.
- b. Penelitian sekarang menggunakan perusahaan yang terdaftar di Indonesia, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan yang terdaftar di Hongkong dan China.

- c. Pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.

2. Ayu Kemala Putri, Made Sudarma, dan Bambang Purnomosidhi (2016)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel moderasi. Sampel data yang digunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dan *moderated regression analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dan dewan komisaris sebagai variabel moderasi mampu mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian sekarang dengan peneliti terdahulu yaitu :

- a. Menggunakan teknik analisis *moderated regression analysis*.
- b. Menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan penelitian sekarang dengan peneliti terdahulu yaitu :

- a. Pada penelitian sekarang menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan ukuran perusahaan dan dewan komisaris sebagai variabel moderasi.

- b. Pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.
- c. Pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur.

3. Widuri Kurniasari dan Yusni Warastuti (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di index saham *Sustainable and Responsible Investment* (SRI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak menemukan hubungan yang signifikan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Tetapi terdapat hubungan yang signifikan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu menggunakan *Coporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Penelitian sekarang menggunakan variabel moderasi, sedangkan penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel moderasi.
- b. Penelitian sekarang menggunakan sektor pertambangan, sektor semen, sektor industri bahan kimia, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur.

- c. Penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.

4. I G A N Bayu Darma Putra dan Made Gede Wirakusuma (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi. Sampel yang digunakan pada perusahaan pertambangan periode 2011-2013. Jumlah sampel sebanyak 26 perusahaan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel ialah *probability sampling*. Pengumpulan data digunakan dengan teknik observasi non perilaku. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Dan profitabilitas mampu memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Menggunakan teknik analisis regresi sederhana.
- b. Menggunakan perusahaan sektor pertambangan.
- c. Menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu pada peneliti sekarang menggunakan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan sektor pertambangan saja,

5. Manangar Julianto Panjaitan (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas menunjukkan tidak dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Menggunakan sampel perusahaan sektor pertambangan.
- b. Menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Pada penelitian sekarang menggunakan sampel perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam barang konsumsi.
- b. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel intervening profitabilitas sedangkan penelitian sekarang tidak menggunakan variabel intervening.

- c. Pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.
- d. Pada penelitian terdahulu menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, sedangkan penelitian saat ini yaitu menggunakan metode *sampling* jenuh.

6. Hany Afifah Sausan, Irwansyah, dan Bramantika Oktavianti (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan penelitian ini yaitu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan secara positif, *Good Corporate Governance* yang diwakili oleh kepemilikan institusional tidak meningkatkan nilai perusahaan dan sebaliknya berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak memperkuat hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.
- b. Pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur.
- c. Pada penelitian terdahulu menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, sedangkan penelitian saat ini yaitu menggunakan metode *sampling* jenuh.

7. Stefan Cristian Gherghina, Georgeta Vintila, dan Diana Dobrescu (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan. Sampel data yang digunakan melalui perusahaan yang terdaftar pada New York Stock Exchange dan NASDAQ Stock Market pada periode 2008 - 2011. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan pada penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Penelitian sekarang menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian terdahulu tidak menambahkan variabel moderasi.

- b. Penelitian sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur.

8. Andhika Permana Putra (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan penelitian ini yaitu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen yaitu nilai perusahaan, variabel independen adalah pengaruh *Corporate Social Responsibility*, dan variabel moderasinya menggunakan profitabilitas. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.
- b. Penelitian sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur.

9. Okta Prastika Pratomo Putri (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia pada periode 2010-2012. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh dalam memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen serta profitabilitas sebagai variabel moderasi.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.
- b. Penelitian sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur.

10. Pornsit Jiraporn, Pandej Chintrakarn, Travis Davidson, dan Napatsorn Jiraporn (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada sektor geografisnya. Sampel data yang digunakan melalui database Kinder, Lidenberg, dan Domini dengan cara mendapatkan data lokasi kantor pusat perusahaan dan karakteristik keuangan serta akuntansi lainnya dari COMPUSTAT. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.
- b. Menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Penelitian sekarang menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian terdahulu tidak menambahkan variabel moderasi.
- b. Penelitian sekarang menggunakan sampel data perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, sektor industri bahan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian terdahulu menggunakan sampel data perusahaan yang terdaftar pada Kinder, Lidenberg, dan Domini.
- c. Penelitian sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan letak geografisnya.

11. Henri Servaes and Ane Tamayo (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan positif mempengaruhi nilai perusahaan. Sampel yang digunakan dari database Kinder, Lidenberg, dan Domini perusahaan Amerika Serikat yang periode tahun 1991-2005.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Penelitian terdahulu terletak pada sampel yang diambil dari database Kinder, Lidenberg, dan Domini perusahaan di Amerika Serikat sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, sektor industri bahan kimia.
- b. Pada penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel moderasi sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan variabel moderasi profitabilitas.
- c. Pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.

12. Musa Inuwa Fodio, Abdullahi Musa Abu-Abdissamad, Victor Chiedu Oba (2013)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menemukan pengaruh tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan. Sampel data yang digunakan adalah 35 perusahaan jasa keuangan di Nigeria untuk periode 2004-2008. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan *Coporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan, sektor semen, dan sektor industri bahan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan perusahaan jasa keuangan di Nigeria.
- b. Pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis regresi sederhana, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis regresi berganda.
- c. Penelitian sekarang menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel moderasi, tetapi penelitian terdahulu menggunakan ukuran perusahaan, leverage, pertumbuhan dan pembayaran deviden sebagai variabel kontrol.

Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Variabel Dependen	Variabel Independen	Variabel Moderasi
			<i>Corporate Social Responsibility</i>	Profitabilitas
1	Prakash J. Singh, dkk (2017)	Nilai Perusahaan	S	-
2	Ayu Kemala Putri, dkk (2016)	Nilai Perusahaan	TS	-
3	Widuri Kurniasari dan Yusni Warastuti (2015)	Nilai Perusahaan	TS	S
4	I G A N Bayu D P dan Made Gede W (2015)	Nilai Perusahaan	S	S
5	Manangar Julianto Panjaitan (2015)	Nilai Perusahaan	S	TS
6	Hany Afifah S, dkk (2015)	Nilai Perusahaan	TS	TS
7	Stefan Cristian G, dkk (2015)	Nilai Perusahaan	S	-
8	Andhika Permana Putra (2014)	Nilai Perusahaan	S	S
9	Okta Prastika Pratomo Putri (2014)	Nilai Perusahaan	TS	TS
10	Pornsit Jiraporn, dkk (2013)	Nilai Perusahaan	TS	-
11	Henri Servaes dan Ane Tamayo (2013)	Nilai Perusahaan	S	-
12	Musa Inuwa F, dkk (2013)	Nilai Perusahaan	S	-

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Sinyal

Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal karena terjadi asimetri informasi antar manajemen dengan pihak eksternal. Oleh sebab itu, semua informasi perusahaan baik itu informasi keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan. Salah satu informasi tersebut adalah tentang aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan

Corporate Social Responsibility dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Rustiarini dalam Gusti Ayu dkk, 2013).

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai inisiatif dan dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Perusahaan melakukan pengungkapan tersebut didorong oleh inisiatif membentuk kepercayaan investor atas keadaan perusahaan dan juga resiko yang mungkin dihadapi. Sedikit pengungkapan membuat investor ataupun calon investor tidak mengetahui secara maksimal tentang kondisi perusahaan sehingga dapat membuat investor dan calon investor enggan atau ragu berinvestasi di perusahaan tersebut. (Ni Made dan Gerianta Wirawan, 2012).

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Menurut Jogiyanto (2014), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut dianggap sebagai signal baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham, dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham (Suwardjono, 2010). Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi pihak di luar perusahaan adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan

dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan maupun informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan.

Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan volume perdagangan saham. Jika pengumuman informasi tersebut sebagai sinyal baik bagi investor, maka menandakan perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa mendatang (*good news*) sehingga investor tertarik untuk melakukan perdagangan saham yang tercermin melalui reaksi pasar dalam perubahan volume perdagangan saham. Dengan demikian hubungan antara publikasi informasi baik laporan keuangan, kondisi keuangan ataupun sosial, politik, dan lingkungan terhadap fluktuasi volume perdagangan saham dapat dilihat dalam efisiensi pasar. Secara garis besar *signaling theory* erat kaitannya dengan ketersediaan informasi.

2.2.2. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya, tetapi masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Perusahaan yang beraktivitas terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, hal tersebut termuat dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia kini diatur oleh peraturan perundang-undangan, yaitu UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Banyak perusahaan di Indonesia telah mengintegrasikan *Corporate*

Social Responsibility sebagai bagian dari strategi bisnisnya dalam mengembangkan perusahaannya. Dalam pasal 74 tersebut secara jelas dipaparkan keharusan membuat laporan tahunan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bagi perusahaan terbuka atau *go public*, laporan tanggung jawab sosial perusahaan harus dipublikasikan kepada masyarakat luas. Adapun perusahaan yang belum *go public*, laporan tanggung jawab sosial perusahaan tetap harus dilaporkan walaupun hanya terbatas pada pihak-pihak terkait, seperti regulator dan para pemegang saham. Berdasarkan UU no. 40/2007 mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan bersifat wajib (*mandatory disclosure*).

Corporate Social Responsibility adalah sebuah wacana yang menjadikan perusahaan tidak hanya berkewajiban atau beroperasi untuk pemegang saham (*shareholders*) saja namun juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk pertanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan sosial dimana perusahaan tersebut berada. Menurut *The World Business Council on Sustainable Development* menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Menurut Post (2002) dalam Nor Hadi (2011 : 61), menyatakan bahwa ragam tanggung jawab perusahaan terdiri dari tiga dimensi yaitu :

1. *Economic Responsibility*, keberadaan perusahaan ditujukan untuk meningkatkan nilai bagi *shareholder*, seperti : meningkatkan keuntungan, harga saham, pembayaran dividen, dan jenis lainnya. Di samping itu, perusahaan juga perlu meningkatkan nilai bagi para kreditur, yaitu kepastian perusahaan dapat mengembalikan pinjaman.
2. *Legal Responsibility*, sebagai bagian anggota masyarakat, perusahaan memiliki tanggung jawab mematuhi peraturan perundangan yang berlaku, termasuk ketika perusahaan sedang menjalankan aktivitas operasi, maka harus dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan perundangan.
3. *Social Responsibility*, merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan para pemangku kepentingan *social responsibility* menjadi satu tuntutan ketika operasional perusahaan mempengaruhi pihak eksternal, terutama ketika terjadi *externalities dis-economics*. Hal itu, memunculkan resistensi sosial dan dapat memunculkan konflik sosial.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting* (www.globalreporting.org).

Saat ini standar GRI versi terbaru, yaitu G4 telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk

membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (www.globalreporting.org).

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan *online*. Dalam standar GRI G-4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item (www.globalreporting.org).

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang akan diberikan skor, mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebutkan GRI-G4 *guideline*. Penjelasan mengenai indikator GRI-G4 dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 2.2
Indikator Berdasarkan GRI-G4

Kategori Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja ekonomi 2. Keberadaan pasar 3. Dampak ekonomi tidak langsung 4. Praktik pengadaan
Kategori Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan 2. Energi 3. Air 4. Keanekaragaman hayati 5. Emisi 6. Efluen dan limbah 7. Produk dan jasa 8. Kepatuhan 9. Transportasi 10. Lain-lain
Kategori Sosial Praktik Ketenaga Kerjaan dan Kenyamanan Bekerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepegawaian 2. Hubungan industri 3. Kesehatan dan keselamatan bekerja 4. Pelatihan dan pendidikan 5. Keberagaman dan kesetaraan peluang 6. Kesetaraan remunerasi laki-laki dan perempuan 7. Asesmen pemasok terkait praktik 8. Ketenagakerjaan
Kategori Sosial Hak Asasi Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investasi 2. Non diskriminasi 3. Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama 4. Pekerja anak 5. Pekerja paksa atau wajib kerja 6. Praktik pengamanan 7. Hak adat 8. Asesmen pemasok atas hak asasi manusia 9. Mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia
Kategori Sosial Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat lokal 2. Anti korupsi 3. Kebijakan publik 4. Anti persaingan 5. Kepatuhan 6. Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat 7. Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat
Kategori Sosial Tanggung jawab atas Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesehatan dan keselamatan pelanggan

Penelitian ini menggunakan indikator hanya tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, Indikator kinerja lingkungan dan Indikator kinerja sosial. *Corporate Social Responsibility* menggunakan perhitungan indeks berdasarkan *Global Reporting Initiative*. Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan maka dikasih dengan score 0, sedangkan bagi perusahaan yang mengungkapkan item pada daftar pertanyaan maka dikasih dengan score 1.

$$\text{Pengungkapan CSR} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item yang diterapkan GRI}}$$

2.2.3. Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro dalam Ayu Kemala dkk, 2016). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan sering diprosikan dengan *price to book value* (Ahmed dan Nanda dalam Ayu Kemala dkk, 2016). *Price to book value* dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai

buku per lembar saham. *Price to book value* merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya.

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai pasar yang tinggi dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan, pada umumnya pemodal menyerahkan pengelolaan perusahaan tersebut kepada manajer ataupun komisaris perusahaan (Nurlela dan Islahuddin dalam Andhika Permana, 2014). Kekayaan atau kemakmuran pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cermin dari keputusan investor, pendanaan, dan manajemen aset. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran bagi para pemegang saham.

Menurut Gunawan dan Utami dalam Manangar Julianto (2015), setiap perusahaan menginginkan harga saham yang dijual dengan harga yang tinggi sehingga akan diminati oleh investor, dengan meningkatnya permintaan saham oleh investor dapat menyebabkan nilai perusahaan ikut meningkat. Dengan tujuan perusahaan dalam jangka panjang dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena indikator bagi pasar menilai perusahaan tersebut secara keseluruhan dan nilai suatu perusahaan mencerminkan besar kecilnya harga yang harus dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual (Nurlela dan Islahuddin dalam Andhika Permana, 2014).

Dalam pengukuran nilai perusahaan terdapat beberapa rasio yang digunakan, antara lain:

a. Tobin's Q

Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik.

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

Dimana :

Q : Nilai perusahaan

EMV : Nilai pasar ekuitas (*closing price* x jumlah saham yang beredar)

EBV : Nilai buku dari total ekuitas

D : Nilai buku dari total hutang

b. Price Book Value

Price to book value merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Keberadaan *price to book value* sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal karena melalui *price to book*, investor dapat memprediksi saham-saham yang *overvalued* atau *undervalued*. *Price to book* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. perusahaan yang berjalan baik,

umumnya memiliki rasio *price to book* di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan (Weston dan Brigham dalam Ayu Kemala dkk, 2016).

$$PBV = \frac{\text{harga per lembar saham}}{\text{nilai buku perlembar saham}}$$

2.2.4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan adalah menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode dan membandingkan perolehan laba dari tahun ketahun sebelumnya. Bagi perusahaan profitabilitas digunakan sebagai kajian efektivitas pengelolaan perusahaan, dan dengan adanya kemampuan mendapatkan laba yang menggunakan sumber daya perusahaan, maka tujuan perusahaan akan tercapai.

Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelolah perusahaan dan merupakan salah satu faktor yang menjadi acuan investor dalam membeli saham. Bagi perusahaan, meningkatkan profitabilitas adalah suatu keharusan agar saham perusahaan tetap menarik bagi investor.

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada para pemegang saham agar menginvestasikan modalnya dalam jangka panjang. Menurut

Anggraini dalam Andhika Permana (2014), hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk memiliki pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya menajerial, sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan yang tingkat profitabilitas tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tanggung jawab sosial perusahaan tersebut, karena perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi, biasanya juga memiliki banyak dana, termasuk untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, agar bisa mengurangi tekanan sosial dan pandangan negatif dari pasar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan lebih mudah menarik investor untuk melakukan penanaman modal dalam perusahaan. Dalam pengukuran profitabilitas perusahaan terdapat beberapa rasio yang digunakan, antara lain :

a. Return on Asset (ROA)

Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bersih. Semakin besar rasio ini maka semakin baik, hal ini dapat dikatakan bahwa aset akan lebih cepat berputar dan mendapatkan laba.

$$ROA = \frac{\text{laba Bersih Setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

b. Return on Asset (ROE)

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.

$$ROE = \frac{\text{laba Bersih Setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

2.2.5. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya, tetapi masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan image perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi,

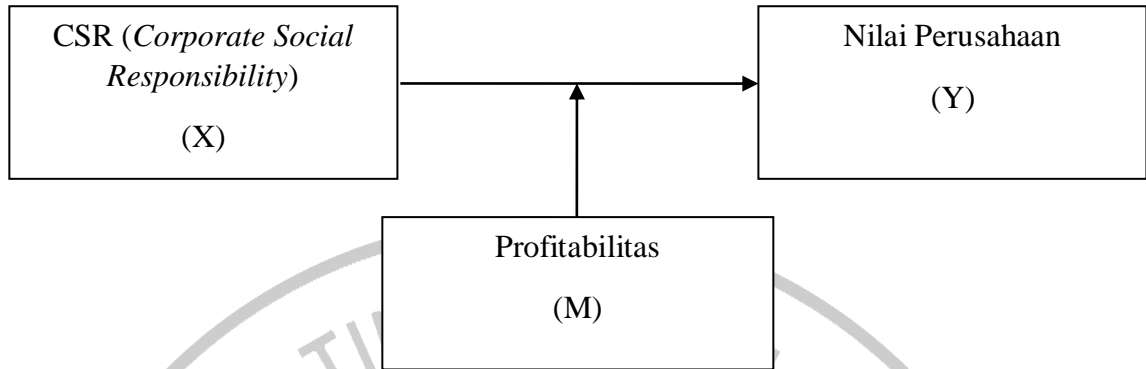
lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. *Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dalam pengambilan keputusan, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai masalah sosial dan lingkungan jika perusahaan ingin memaksimalkan hasil keuangan jangka panjang yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Matthew Brine dalam Ayu Kemala dkk, 2016). Gunawan dan Utami dalam Ayu Kemala dkk (2016) menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh I G A N Bayu dan Made (2015) serta Manangar Julianto Panjaitan (2015) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.2.6. Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Suatu perusahaan dalam mewujudkan pengungkapan sosial perusahaannya melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Ketika perusahaan itu semakin baik kinerja perusahaan (kinerja ekonomi, lingkungan, sosial), maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Nilai perusahaan yang semakin meningkat tercermin dari harga saham yang meningkat pula. Hal tersebut dapat

mengakibatkan para investor tertarik untuk menanamkan sahamnya ke perusahaan. Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan dalam satu periode. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Dengan semakin tingginya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan diharapkan dapat menarik minat investor dalam mengambil keputusan untuk menginvestasikan modalnya. Semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan, maka dapat menarik perhatian investor terlebih bila didukung dengan profitabilitas yang tinggi, sehingga dapat memperkuat ketertarikan pasar atas perusahaan tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa, profitabilitas dapat memperkuat pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap peningkatan nilai perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh I G A N Bayu dan Made Gede (2015) menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

Penelitian ini merumuskan beberapa hipotesis yang dilihat dari uraian sebelumnya. Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- H₂ : Profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.