

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian sebelumnya dengan mengambil topik Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variable pemoderasi.

1. Pradnyana dan Putra (2018)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur. Penelitian ini dilakukan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 22 perusahaan dengan jumlah 65 amatan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *nonprobability sampling*, khususnya metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian adalah profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan CSR mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah :

- a.) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.
- b.) Variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas.
- c.) Variabel pemoderasi yang digunakan adalah pengungkapan CSR.
- d.) Penelitian menggunakan pendekatan Kuantitatif.
- e.) Teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling*.
- f.) Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan *Multiple Regression Analysis (MRA)*.
- g.) Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- h.) Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

Sampel data penelitian sekarang adalah tahun 2013-2017, sedangkan pada penelitian terdahulu pada periode tahun 2014-2016.

2. Ayu dan Suarjaya (2017)

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap CSR, pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan, dan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Populasi yang diteliti yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh dan diperoleh sampel sebanyak 24 perusahaan dengan jumlah

120 pengamatan. Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian adalah profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, profitabilitas dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas positif signifikan terhadap nilai perusahaan melalui CSR.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah :

- a.) Variabel independen yang digunakan adalah Profitabilitas.
- b.) Variable dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.
- c.) Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- d.) Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.
- e.) Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah :

- a.) Pengungkapan CSR sebagai variable mediasi.
- b.) Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh.
- c.) Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).
- d.) Periode data penelitian sekarang adalah tahun 2013-2017, adapun pada penelitian terdahulu pada periode tahun 2010-2014.

3. Pratama dan Wirawati (2016)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan kepemilikan manajerial dalam

memoderasi struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan data pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah pengamatan sebanyak 36 sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Hasil penelitian adalah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah :

- a.) Variabel dependen menggunakan nilai perusahaan.
- b.) Salah satu variabel independen menggunakan profitabilitas.
- c.) Sampel data yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- d.) Teknik pengambilan data menggunakan *purposive sampling*.
- e.) Teknik analisis data menggunakan metode *Moderated Regression Analysis (MRA)*.
- f.) Profitabilitas diprosikan dengan menggunakan *Return On Asset*.
- g.) Menggunakan pendekatan kuantitatif.
- h.) Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah :

- a.) Variabel moderasi penelitian terdahulu menggunakan kepemilikan manajerial.

b.) Periode data penelitian sekarang adalah tahun 2013-2017, adapun pada penelitian terdahulu pada periode tahun 2011-2013.

4. Rosiana, Juliarsa dan Sari (2013)

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *CSR* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Sampel yang dipakai dalam penelitian adalah 11 perusahaan dengan 55 pengamatan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2012 yang mana metode pengambilan datanya adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian adalah regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian adalah pengungkapan *CSR* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memoderasi hubungan *CSR* dan nilai perusahaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

- a.) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.
- b.) Sampel data yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c.) Menggunakan pendekatan kuantitatif.
- d.) Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.
- e.) Teknik analisis data menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA).
- f.) Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan.

Perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

- a.) Variabel independen menggunakan *CSR*.
- b.) Variabel moderasi yang digunakan adalah profitabilitas.
- c.) Periode data penelitian sekarang adalah tahun 2013-2017, adapun pada penelitian terdahulu pada periode tahun 2008-2012.

5. Tang, Hull and Rothenberg (2012)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi CSR dapat memoderasi hubungan pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan. Sampel diperoleh dari faktor *Environmental, Social and Governance (ESG)* dimana data tersebut disediakan oleh *Morgan Stanley Capital International (MSCI)* pada periode 1998-2007. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dalam penelitian Tang, Hull dan Rothenberg menerapkan pemodelan Hausman-Taylor (HTM) atas pemodelan *Fixed-Effect (FE)* untuk memperkirakan hubungan yang dihipotesiskan. Hasil penelitian adalah perusahaan dengan menggunakan strategi tanggung jawab sosial memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

- a.) Meneliti mengenai adanya hubungan CSR dan kinerja keuangan yang meneliti mengenai rasio profitabilitas dengan mengukur ROA.
- b.) Menggunakan pendekatan kuantitatif.
- c.) Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.
- d.) Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

- a.) Variabel dependen yang digunakan adalah kinerja keuangan.
- b.) Variabel independen yang digunakan adalah pengungkapan *CSR*.
- c.) Variabel moderasi yang digunakan adalah strategi *CSR*.
- d.) Periode data penelitian sekarang adalah tahun 2013-2017, adapun pada penelitian terdahulu pada periode tahun 1998-2007.
- e.) Teknik analisis data menggunakan pemodelan Hausman-Taylor (HTM).
- f.) Sampel yang digunakan adalah dari database yang disediakan oleh *Morgan Stanley Capital International (MSCI)*.

6. Criso stomo, Freire and Vasconcellos (2011)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) dan kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan dan akuntansi keuangan di Brasil. Sampel data terdiri dari data yang diungkapkan oleh IBase dan periode penelitiannya dilakukan pada tahun 2001-2006, yang menghasilkan 78 perusahaan *non-financial* yang terdaftar di *Brazilian Stock Market*. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier. Hasil penelitian adalah pengungkapan *CSR* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *CSR* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

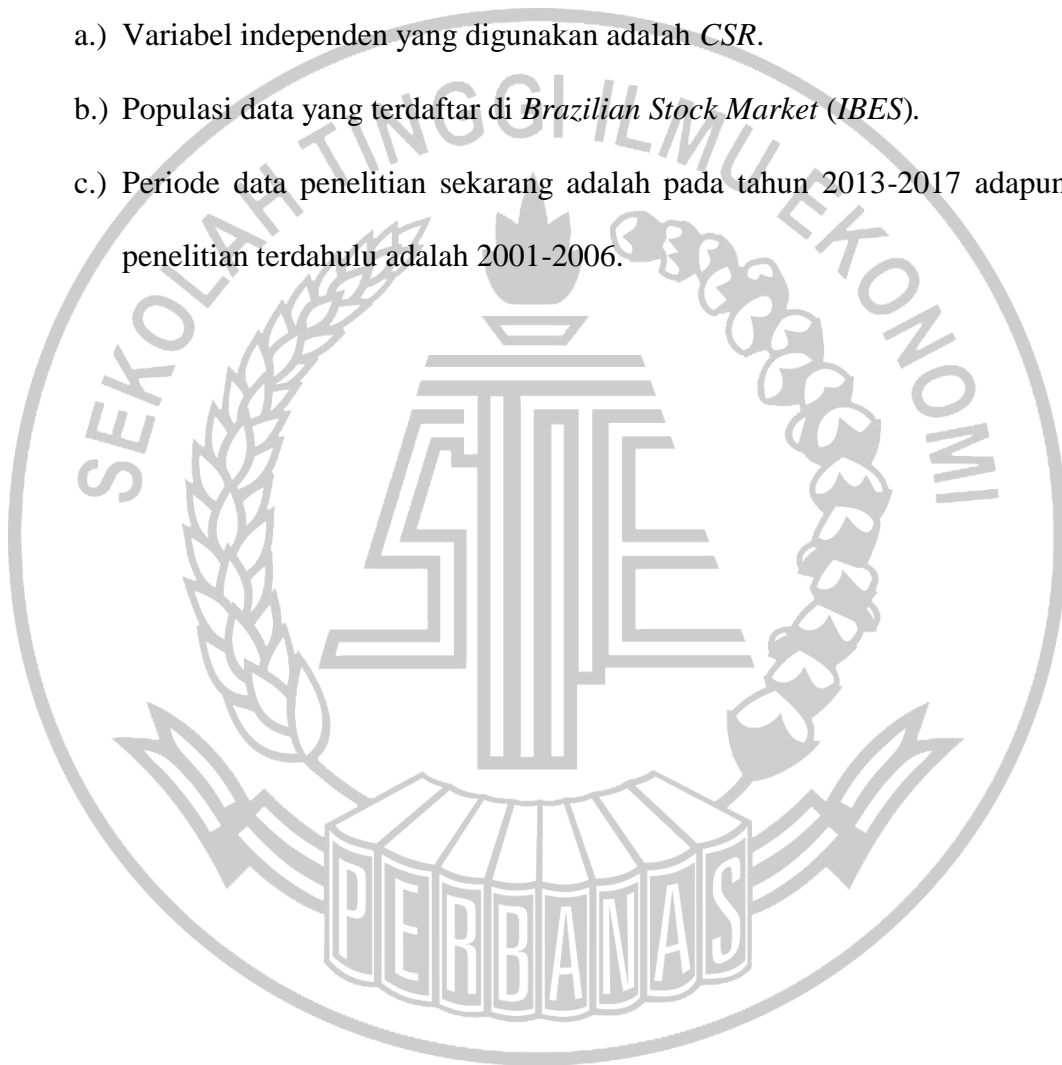
Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

- a.) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan
- b.) Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.
- c.) Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier.

- d.) Menggunakan pendekatan kuantitatif.
- e.) Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

- a.) Variabel independen yang digunakan adalah *CSR*.
- b.) Populasi data yang terdaftar di *Brazilian Stock Market (IBES)*.
- c.) Periode data penelitian sekarang adalah pada tahun 2013-2017 adapun penelitian terdahulu adalah 2001-2006.



Tabel 2.1

PERBEDAAN DAN PERSAMAAN DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

Keterangan	Pradnyana dan Putra(2018)	Ayu dan Suarjaya (2017)	Pratama dan Wirawati(2016)	Rosiana dkk (2013)	Zhi et al. (2012)	Criso'stomo et al. (2011)	Penelitian Sekarang
Judul	Moderasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan	Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Pemoderasi	Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi	<i>How Corporate Social Responsibility Engagement Strategy Moderates CSR-Financial Performance Relationship</i>	<i>Corporate Social Responsibility, Firm Value and Financial Performance in Brazil</i>	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Pemoderasi
Variabel Dependen	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan	Kinerja Keuangan	Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan	Nilai Perusahaan
Variabel Independen	Profitabilitas	Profitabilitas	Struktur Modal dan Profitabilitas	Pengungkapan CSR	Pengungkapan CSR	Pengungkapan CSR	Profitabilitas
Variabel Moderasi atau Mediasi	Pengungkapan CSR (Moderasi)	Pengungkapan CSR (Mediasi)	Kepemilikan Manajerial (Moderasi)	Profitabilitas (Moderasi)	Strategi Tanggung Jawab Sosial	-	Pengungkapan CSR (Moderasi)
Sampel	Perusahaan manufaktur yang	Perusahaan Pertambangan	Perusahaan <i>property</i> dan <i>real</i>	Perusahaan manufaktur yang	Data yang tersedia di <i>MSCI ESG</i>	Data yang diterbitkan oleh	Perusahaan manufaktur yang

	terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016	yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2014	estate yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013	terdaftar di BEI pada tahun 2008-2012	pada tahun 1998-2007	<i>IBES</i> pada tahun 2001-2007	terdaftar di BEI pada tahun 2013-2017
Teknik Analisis	Analisis regresi linier sederhana dan metode <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	Analisis jalur (<i>path analysis</i>)	Analisis metode <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	Analisis regresi linier berganda dan metode <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	Analisis Metode Hausman-Taylor <i>modelling (HTM)</i>	Analisis Regresi Linier	Analisis Regresi Linier Sederhana dan <i>Multiple Regression Analysis (MRA)</i>
Hasil	Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan variabel CSR mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif.	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, profitabilitas dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR	Struktur modal dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan	Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan	Perusahaan dengan menggunakan strategi tanggung jawab sosial memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.	Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.	-

Sumber : Pradnyana dan Putra (2018) , Ayu dan Suarjaya (2017), Pratama dan Wirawati (2016), Rosiana dkk (2013), Zhi *et al.* (2012), dan Criso ´stomo *et al.* (2011)

2.2 Landasan Teori

Dalam landasan teori ini akan disampaikan bearagam teori-teori yang diharapkan akan digunakan sebagai alat atau pedoman dalam peneliti untuk menganalisis dan melakukan evaluasi terhadap penelitian.

2.2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Menurut Sartono (2001), nilai Perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu.

Menurut Harmono (2009:233), nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan

penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Noerirawan, Ronni dkk (2012), nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu (Christiawan dan Tarigan, 2007):

1. Nilai Nominal. Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai Pasar. Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai Intrinsik. Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai Buku. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut Sudana (2011), rasio Penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*). Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya. Berikut ini beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan:

1. *Price Earning Ratio* (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2010). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham. Kegunaan *Price Earning Ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *Earning Per Share* (EPS). *Price Earning Ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *Earning Per Share*. *Price Earning Ratio* (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang.

Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur Price earning ratio (PER) adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{MARKET PRICE PER SHARE}{EARNING PER SHARE} \dots\dots (1)$$

2. *Price to Book Value (PBV)* adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). *Price to Book Value (PBV)* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai di atas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Price to Book Value (PBV)* adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{MARKET PRICE PER SHARE}{BOOK VALUE PER SHARE} \dots\dots (2)$$

3. Tobin's Q Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston dan Copeland, 2001). Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Adapaun rumus Tobin's Q adalah berikut:

$$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)} \dots\dots(3)$$

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham)

D = nilai buku dari total hutang

EBV = nilai buku dari total ekuitas

2.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu pencapaian yang mampu dicapai suatu perusahaan atas suatu aktivitas yang dilakukan perusahaan didalam suatu periode tertentu yang berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih. Setiap investor dapat mempertimbangkan profitabilitas sebagai suatu acuan didalam pengambilan keputusan investasi, karena dengan tingginya profitabilitas yang dimiliki suatu perusahaan maka akan tinggi pula tingkat dividen. Menurut Agustina (2013), para investor menanamkan modalnya untuk meperoleh return yang terdiri dari yield

dan capital gain. Menurut Maria (2013), laba merupakan elemen dalam menciptakan nilai perusahaan karena penilaian prestasi perusahaan dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menghubungkan laba dari penjualan dan investasi (Van Horne dan Wachowicz, 2012). Dari rasio profitabilitas dapat diketahui bagaimana tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Adapun perusahaan yang menginginkan tingkat profitabilitas tinggi untuk dapat melangsungkan hidupnya, perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Apabila perusahaan berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk memperoleh pinjaman dari kreditor maupun investasi dari pihak luar.

Menurut kasmir (2013:198), secara umum terdapat empat jenis analisis utama yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas yakni terdiri dari:

1. *Gross Profit Margin (GPM)*.

Rasio *Gross Profit Margin* atau margin keuntungan kotor berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual. *Gross Profit Margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit* margin akan menurun, begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain, rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien. GPM dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Operating Income} - \text{Operating Expense}}{\text{Operating Income}} \times 100\% \quad \dots\dots (4)$$

2. Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan, rasio ini akan menggambarkan penghasilan bersih perusahaan berdasarkan total penjualan. *NPM* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Sales}} \times 100\% \quad \dots\dots (5)$$

3. Return On Equity (ROE)

Return On Equity (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, maka akan semakin baik. Posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. *ROE* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Equity}} \times 100\% \quad \dots\dots (6)$$

4. Return On Assets (ROA)

Return On Assets (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan, semakin tinggi *ROA* maka akan semakin baik keadaan suatu perusahaan. *ROA* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \quad \dots\dots (7)$$

Pada penelitian ini akan menghitung profitabilitas dengan menggunakan tolak ukur *ROA*. *ROA* merupakan pengukuran terbaik karena berkaitan dengan laba yang diperoleh perusahaan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. Rasio ini juga dapat digunakan sebagai tolak ukur jika manajemen ingin mengevaluasi seberapa baik perusahaan telah menggunakan dan memanfaatkan dananya, hal ini ditunjukkan dengan semakin besar tingkat *ROA* maka keuntungan perusahaan yang akan diperoleh menjadi besar dan semakin besar pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset. (Munawir, 2010).

2.2.3 Teori Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu konsep suatu organisasi perusahaan yang memiliki tanggung jawab yang besar terhadap pemegang saham, karyawan, konsumen, komunitas, dan lingkungan dalam aspek operasional perusahaan. Tanggung jawab sosial sangat berhubungan erat dengan pembangunan yang berkelanjutan, dimana suatu perusahaan di dalam melaksanakan aktivitasnya harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan tidak semata berdasarkan faktor keuangan dalam mendasarkan keputusan. Peraturan OJK yang baru dikeluarkan pada tahun 2017 yaitu Nomor 51/ POJK.03/ 2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Hal tersebut dikarenakan selama ini perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* hanya sebagai patuhan hukum saja. Tujuan dari peraturan ini untuk mengurangi kesenjangan sosial, mengurangi

dan mencegah kerusakan lingkungan hidup, menjaga keanekaragaman hayati, dan mendorong efisiensi pemanfaatan energi dan sumber daya alam.

Dalam penelitian ini hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan kegiatan sosial perusahaan dapat diidentifikasi berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) merupakan jaringan organisasi non pemerintah yang bertujuan mendorong keberlanjutan dan pelaporan lingkungan (*Environment*), sosial (*Social*) dan tata kelola (*Governance*) (ESG). Pendekatan CSR biasanya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian apabila diungkapkan diberi skor 1 dan apabila tidak diungkapkan diberi nilai 0. Selanjutnya hasil skor setiap item dijumlahkan. Dan diolah data tersebut dengan menggunakan rumus CSRI. Setelah hasil didapatkan maka data tersebut kemudian akan dicari nilai maksimum, minimum dan rata-rata. Kemudian data di olah menggunakan SPSS. Pada penelitian ini menggunakan indikator pengungkapan diantaranya:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Sosial
6. Indikator Kinerja Produk

Untuk perhitungan CSR dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{jumlah item maksimal yang diungkapkan (91 item)}} \times 100\% \quad \dots\dots (8)$$

1. *Stakeholder Theory*

Teori Stakeholder menyatakan bahwa kegiatan operasional perusahaan harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholders*-nya (Kusumadilaga, 2010). Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa dari tahun 1980, teori stakeholder secara bertahap menempatkan dirinya sebagai kerangka kerja untuk lebih menentukan bahwa perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial. Teori stakeholder menunjukkan bahwa penting bagi perusahaan untuk bergerak memperoleh keuntungan pasar dalam mencapai kinerja yang unggul dalam bisnis mereka (Iqbal dkk, 2012).

Teori Stakeholder digunakan untuk menjelaskan bagaimana hubungan antara masyarakat dengan perusahaan, karena perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak atau masyarakat yang terkena dampak tindakan perusahaan di dalam pengambilan keputusan. Menurut Teori Stakeholder, semakin meningkatnya tanggung jawab sosial perusahaan membuat perusahaan menjadi lebih menarik dimata masyarakat dan investor.

Menurut Dwipayadna, dkk (2015), Teori Stakeholder ini memberikan dasar bahwa suatu perusahaan harus dapat memberikan perhatian terhadap stakeholder perusahaan, karena stakeholder dapat mempengaruhi dan juga memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan pada aktivitas dan kebijakan yang dilaksanakan perusahaan. Perusahaan didalam melakukan aktivitas sangat bergantung pada lingkungan dan sosial, maka sangat diperlukan kepercayaan stakeholder serta memberikan posisi khusus didalam pengambilan

kebijakan dan juga keputusan yang akan diambil, sehingga dapat memberikan keberlangsungan hidup perusahaan yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa *Legitimacy Theory* berarti perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya.

Teori Legitimasi menegaskan bahwa untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat atas kegiatan yang dilakukan, maka perusahaan harus menjalani kegiatannya sesuai norma dan nilai-nilai yang berlaku di lingkungan sekitar (Pujiasih, 2013). Salah satu upaya yang perlu dilakukan perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif adalah dengan melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terkait dengan CSR.

3. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Sinyal secara umum diartikan sebagai suatu isyarat yang ditujukan kepada pihak luar oleh perusahaan. Sinyal ini berupa informasi yang menunjukkan kinerja perusahaan. Brigham dan Houston (2010) dalam penelitiannya menyebutkan teori sinyal merupakan suatu tindakan dilakukan manajemen dengan memberi arahan

bagi investor tentang cara manajemen melihat masa depan perusahaan. Teori Sinyal menekankan pada pentingnya informasi yang diberikan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak luar. Informasi yang dipublikasikan perusahaan merupakan suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan sebuah keputusan investasi.

Pelaporan informasi terkait peningkatan profitabilitas dan pengungkapan CSR yang lebih luas akan memberikan dampak pada kualitas laporan keuangan perusahaan, dimana laporan tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi bagi investor. Kedua informasi tersebut dapat menggambarkan prospek bisnis yang baik di masa depan sehingga akan ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dimana berdampak pada meningkatnya harga saham dan nilai perusahaan.

2.2.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Pradnyana dan Putra (2018), profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu pencapaian yang mampu dicapai suatu perusahaan atas suatu aktivitas yang dilakukan perusahaan didalam suatu periode tertentu yang berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih. Setiap investor dapat mempertimbangkan profitabilitas sebagai suatu acuan didalam pengambilan keputusan investasi, karena dengan tingginya profitabilitas yang dimiliki suatu perusahaan maka akan tinggi pula tingkat dividen.

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan di mata investor dari segi keuangannya. Pertumbuhan profitabilitas dari setiap periode dianggap sebagai sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha yang semakin menjanjikan di masa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Teori sinyal yang menyatakan bahwa peningkatan profitabilitas yang tercantum dalam laporan keuangan merupakan upaya memberikan sinyal positif kepada investor berkaitan dengan kinerja perusahaan dan pertumbuhan prospek usaha di masa mendatang (Rizqia dkk, 2013). Upaya tersebut dapat membangun sentimen positif dari investor sehingga berdampak terhadap kenaikan harga saham di pasar modal. Peningkatan harga saham dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Profitabilitas (ROA) secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martini dkk, (2014), Garmayuni (2015), Johan (2012), Dewi dan Wirajaya (2013). Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa semakin tinggi nilai ROA, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi.

2.2.5 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan sebab teori stakeholder menekankan bahwa perusahaan wajib mengungkapkan informasi kegiatan CSR sebagai bentuk rasa tanggung jawab perusahaan terhadap pihak

stakeholder yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan (Chairiri dan Ghozali, 2007). Pengungkapan CSR yang lebih luas dalam laporan tahunan merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada *stakeholder* agar terjalin komunikasi yang baik diantara kedua pihak tersebut sehingga menimbulkan kepuasan dari *stakeholder*. Perusahaan yang dapat mempertahankan kepuasan dari *stakeholder*, maka perusahaan tersebut akan memperoleh penerimaan terhadap keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat. Perusahaan juga mendapatkan dukungan dan persetujuan dari *stakeholder* terhadap kebijakan yang diambil dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

Pengungkapan CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dimana hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013) dan Pradnyana dan Putra (2018) yang menjelaskan bahwa semakin luas pengungkapan CSR maka semakin tinggi nilai perusahaan.

2.2.6 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan moderasi pengungkapan CSR

Hubungan pengungkapan CSR dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula kedudukan nilai perusahaan di mata investor. Pengungkapan informasi mengenai CSR dalam *annual report* sebagai upaya perusahaan untuk mengirimkan sinyal positif di mata *stakeholder* berkaitan dengan kepedulian perusahaan terhadap prospek kinerja dan kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang yang sesuai dengan peraturan OJK YAITU Nomor 51/ POJK.03/2017. Berdasarkan perspektif teori stakeholder perusahaan memiliki kewajiban dalam

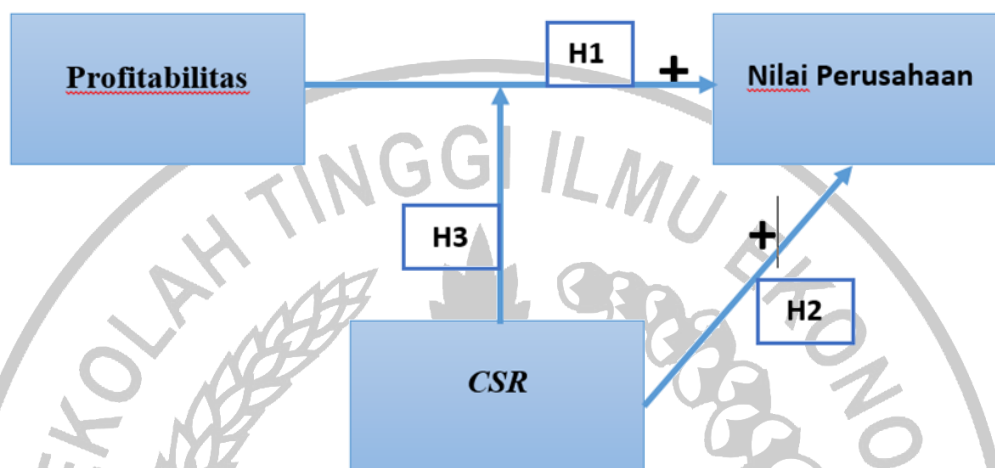
mengungkapkan informasi kegiatan berkaitan dengan CSR sebagai bentuk rasa tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* yang terkena dampak baik secara langsung maupun tidak langsung dari keberadaan perusahaan (Chairiri dan Ghozali, 2007). Dengan adanya pengungkapan CSR, maka *stakeholder* akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan meningkatnya harga saham perusahaan tersebut, investor lebih memilih menanamkan modalnya kepada perusahaan yang ramah lingkungan dan peduli pada kesejahteraan para *stakeholdernya*, dan begitu juga sebaliknya semakin rendah tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Pengungkapan CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pradnyana dan Putra (2018) dan Rosiana dkk (2013) yang menjelaskan bahwa dengan tingginya pengungkapan CSR maka akan mempengaruhi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Hamid (2012 : 120), kerangka penelitian merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan.

Berdasarkan penjelasan sub bab sebelumnya, maka dapat dibuat kaitan antara profitabilitas (*ROA*) dan *CSR* terhadap nilai perusahaan. Serta peran *CSR* dalam memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari beberapa hipotesis penelitian sebagai acuan awal pada penelitian ini yang didasarkan teori dan penelitian terdahulu.

- H1 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H2 : Pengungkapan *CSR* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H3 : Pengungkapan *CSR* mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.