

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan pada kali ini tidak jauh berbedadengan penelitian-penelitian *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan sebelumnya, sebagaimana berikut:

2.1.1 Penelitian Putri Asiza Agustien Aulia Rahma & Rr. Iramani (2015)

Pada penelitian ini membahas atau mengambil topik tentang profitabilitas pada kinerja keuangan perusahaan yang meliputi ROA (*Return On Asset*) dan ATO (*Asset Turnover*), Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Asset* dan *Asset Turnover* pada kinerja keuangan di perusahaan pertambangan. Sampel yang dipakai oleh peneliti adalah Perusahaan Pertambangan di Indonesia. Dengan menggunakan metode teknik analisis Regresi Berganda/ *Multiple Regression Analysis* (MRA), dengan Variabel Independen (IV) berupa bentuk CSR meliputi: Imbalan Pasca Kerja dan Provisi Reklamasi sedangkan Dependen Variabel berupa ROA (*Return On Asset*) dan ATO (*Asset Turnover*)

Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang meliputi Imbalan Pasca Kerja dan Provisi Reklamasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA (*Return On Asset*) dan pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang meliputi imbalan pasca kerja dan provisi

reklamasi berpengaruh tidak signifikan terhadap *Asset Turnover*. Berikut ini adalah persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu:

- a. Variabel Independen yang digunakan sama yaitu *Corporate Social Responsibility*
- b. Menggunakan metode *Multiple Regression Analysis (MRA)*
- c. Menggunakan sampel perusahaan pertambangan di Indonesia

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah

- a. Pada penelitian terbaru profitabilitas diukur dengan *Return on Asset* dan *Return On Equity*,
- b. Periode penelitian pada penelitian terdahulu pada 2010 – 2013, sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode pada tahun 2015 -2019

2.1.2 Penelitian Rilla Gantino (2016)

Penelitian ini membahas / mengambil topik tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas berupa (*Return On Asset, Return On Equity* dan *Price to Book Value*) pada kinerja keuangan perusahaan manufaktur. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008 – 2014. Metode analisis menggunakan Regresi Linier Berganda atau *Multiple Regression analysis (MRA)* dan menggunakan *Purposive Sampling* untuk mengumpulkan data.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROE, variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA dan variabel CSR berpengaruh positif tidak signifikan terhadap PBV

Berikut ini adalah persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu:

- a. Penelitian sekarang dan terdahulu menggunakan variabel dependen yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE)
- b. Teknik analisis data menggunakan *Multiple Regression analysis* (MRA)

Perbedaan Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

- a. Periode penelitian menggunakan tahun 2008-2014 sementara penelitian yang akan dilakukan menggunakan periode 2015-2019
- b. Sampel pada penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan

2.1.3 Penelitian Sang Jun Cho, Chune Young Chung, dan Jason Young (2019)

Tujuan Penelitian ini adalah menganalisis apakah ada hubungan sistematis antara tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan perusahaan. Sampel dalam penelitian kali ini adalah menggunakan 191 perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Korea / Indeks Korea (KRX). Alat analisis yang dipakai dalam penelitian kali ini adalah dengan metode Analisis regresi Berganda atau *Multiple Regression analysis* (MRA). Dengan variabel independen berupa CSR dan variabel dependen berupa *Return on Asset*, *Growth Pendapatan & Penjualan* dan Nilai Perusahaan

Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return on Asset* (ROA) adalah berpengaruh positif yang Signifikan.

Demikian pula pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap tingkat pertumbuhan (*growth*) penjualan dan pendapatan ditemukan memiliki positif yang signifikan dan selanjutnya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*Tobins Q*)

Persamaan penelitian sekarang dengan peneliti terdahulu adalah

- a. Variabel dependen yang digunakan adalah *Return On Asset*
- b. Metode analisis *Multiple Regression Analysis* (MRA)

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

- a. Data Sampel perusahaan terdahulu diperoleh dari Index atau Bursa Efek Korea (KFX), sedangkan penelitian terkini menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
- b. Variabel *dependen* yang digunakan pada penelitian terdahulu mencakup *Return On Asset*, *Growth* (pertumbuhan, penjualan, dan pendapatan) dan *Tobins Q*

2.1.4 Penelitian Joko Setyono (2015)

Penelitian ini bertujuan meneliti tentang Kinerja Sosial atau *Corporate Social Responbilty* dan kinerja lingkungan terhadap *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Sampel yang digunakan dari penelitian ini adalah 20 perusahaan Manufaktur yang menyampaikan laporan keuangan di Bursa efek Indonesia pada periode waktu 2010 - 2012. Alat yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis menggunakan metode statistik *Multiple Analysis Regression* (MRA). Menggunakan variabel Independent berupa *Corporate Social*

Responsibility, Kinerja Lingkungan dan *Dependent Variabel* berupa *Return on Asset* dan *Return on Equity*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responbilty* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan Manufaktur tersebut, selain itu hasil regresi menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dan terdahulu yaitu

- a. Variabel yang digunakan adalah Profitabilitas berupa *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE)
 - b. Metode analisis dengan metode regresi linier berganda
- Perbedaan penelitian sekarang dengan terdahulu adalah:
- a. Periode perusahaan yang menjadi objek penelitian terdahulu pada tahun 2010 - 2012 sedangkan penelitian sekarang menggunakan periode pada tahun 2015-2019
 - b. Populasi sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur sedangkan penelitian terkini menggunakan sampel perusahaan pertambangan

2.1.5 Penelitian Cut Cinthya Mustafa dan Handayani (2014)

Penelitian ini mengambil topik tentang pengaruh *Corporate Social Responbilty* terhadap kinerja keuangan Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel dari penelitian ini adalah terdiri dari 11 perusahaan Manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan Independent Variabel berupa CSR dan *Dependent Variabel* berupa *Return*

On Asset, Return On Equity, Net Profit Margin, dan Operating Net Margin. Alat yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan analisis regresi sederhana ditambah metode pengumpulan data menggunakan *Purposive Sampling*. Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh secara positif terhadap *Return on Asset*. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap *Operating Profit Margin* dan *corporate social respobility* tidak berpengaruh secara positif terhadap *Net Profit Margin*.

Persamaan penelitian sekarang dan terdahulu adalah:

- a. Variabel yang digunakan adalah profitabilitas meliputi *Return on Asset* dan *Return on Equity*

Perbedaan penelitian sekarang dengan terdahulu adalah:

- a. Periode penelitian terdahulu adalah pada 2010-2012
- b. Sampel pada penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan pertambangan

2.1.6 Penelitian Rifa Royhanah el Somita, M Agus Salim, Budi Wahono (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility, Leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan *Return on Asset* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel yang digunakan adalah 20 pabrik perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode waktu 2017-2019.

Metode pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dan metode analisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini adalah bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perusahaan kinerja keuangan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan sekarang adalah:

- a. Variabel independent yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* dan variabel dependen adalah ROA

Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang adalah

- a. Sampel penelitian terdahulu menggunakan 20 perusahaan manufaktur, sedangkan penelitian terbaru menggunakan sampel perusahaan pertambangan
- b. Periode waktu yang digunakan adalah 2017-2019 sedangkan penelitian terbaru menggunakan 2015-2019
- c. Metode analisis menggunakan Regresi Linier sederhana, sedangkan penelitian terbaru menggunakan *Multiple Regression Analysis*

Mapping penelitian terdahulu disajikan pada **tabel 2.1**

Tabel 2. 1
Mapping Penelitian Terdahulu

Peneliti	Tujuan	Metode			Hasil
		Sampel	Variable	Teknik Analisis Data	
Putri Asiza Agustien Aulia Rahma, & Rr. Iramani (2015)	Untuk menguji pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap ROA dan ATO pada kinerja keuangan perusahaan	11 Perusahaan pertambangan di Indonesia	IV: Bentuk CSR : Imbalan Pasca Kerja dan Provisi Reklamasi DV : Variabel ROA, ATO,	Multiple Regression Analysis (MRA)	Pengaruh CSR berpengaruh pada ROA. Pengaruh CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap ATO
Gantino, Rilla. (2016).	Untuk menguji pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap ROA, ROE, dan PBV pada perusahaan Manufaktur yang	129 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia,	IV: Bentuk CSR DV : Variabel ROA, ROE, PBV,	Multiple Regression Analysis (MRA)	CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROE CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA

	terdaftar di Bursa Efek periode 2008 - 2014				CSR berpengaruh positif tidak signifikan terhadap PBV
Sang Jun Cho , Chune Young Chung ,and Jason Young (2019)	studinya menganalisis apakah ada hubungan sistematis antara sosial perusahaan tanggung jawab (CSR) dan kinerja keuangan perusahaan	Menggunakan 191 perusahaan sampel terdaftar di Bursa Korea. Indeks Korea	IV: Bentuk CSR DV : Variabel ROA, Tingkat Pertumbuhan Pendapatan Penjualan, dan Indikator Nilai Perusahaan	Multiple Regression Analysis (MRA)	CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA CSR memiliki korelasi positif dengan tingkat pertumbuhan pendapatan dan penjualan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Joko Setyono (2015)	menganalisis dampak dari Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan di PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan Lingkungan Hidup) pada Kinerja Keuangan	menggunakan 20 perusahaan manufaktur yang menyampaikan laporan keuangan periode 2010 – 2012, terdaftar di Bursa Efek Indonesia	IV: Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan DV: ROA dan ROE	Multiple Regression Analysis (MRA)	Kinerja Lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap ROA dan ROE Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE
Nur chinta Mustafa dan Handayani (2014)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan pada perusahaan Manufaktur makanan dan minuman	sampel penelitian terdiri dari 11 perusahaan Manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	IV : Corporate Social Responsibility DV: ROA, ROE, NPM, OPM	Analisis Regresi Linier Sederhana	corporate social responsibility tidak berpengaruh secara positif terhadap ROA Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh secara positif terhadap ROE Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap OPM

					Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh secara positif terhadap NPM
Rifa Royhanah el Somita, Muhammad Agus Salim, Budi Wahono (2021)	Mengetahui pengaruh CSR, leverage dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur pada tahun 2017-2019	20 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indonesia Bursa Efek (BEI) periode 2017-2019.	IV : CSR, Leverage, Nilai Perusahaan DV: ROA	Analisis Regresi Linier Sederhana	CSR berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perusahaan kinerja keuangan.

Tabel 2. 2

2.2 Landasan Teori

Landasan teori adalah merupakan suatu konsep yang berupa pernyataan dari para ahli yang tertata dan secara sistematis yang memiliki variabel dalam penelitian. Dikarenakan landasan teori akan menjadi landasan yang kuat didalam sebuah penelitian

2.2.1 Kinerja Keuangan

Berikut ini adalah pengertian, tujuan, dan rasio pengukuran kinerja keuangan:

2.2.1.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Menurut Suciwati et al., (2016) menyatakan bahwa kinerja keuangan dapat diartikan untuk menentukan ukuran yang dapat mengukur suatu keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu adanya keterkaitan antara perusahaan dan pusat pertanggungjawaban

Kinerja keuangan merupakan sebuah laporan yang diterbitkan oleh perusahaan dalam periode waktu tertentu yang didalamnya terdapat berbagai informasi yang menjelaskan tentang keuangan dasar, contohnya: neraca, laporan laba atau rugi, perubahan, modal dan arus kas yang dibuat secara lengkap

Kinerja keuangan juga sebuah gambaran dari suatu keberhasilan atau pencapaian yang diperoleh oleh suatu perusahaan dari berbagai kegiatan produksi dan penjualan yang telah dilakukan. Dan kinerja keuangan yang diterbitkan pada periode waktu tertentu dapat digunakan untuk menganalisis untuk dijadikan evaluasi oleh perusahaan.

2.2.1.2 Tujuan Laporan Keuangan

Laporan keuangan memiliki tujuan yang bersifat umum dan khusus. Menurut Lutfi et al., (2019). Berikut ini merupakan tujuan laporan kinerja keuangan adalah sebagaimana berikut:

1. Sebagai alat evaluasi kepada manajemen

Manajer di suatu perusahaan dituntut mampu untuk mengelola sumber daya untuk memperoleh laba. Pemilik perusahaan menggunakan suatu laporan keuangan untuk mengevaluasi manajer apakah sudah mencapai target yang telah ditentukan pada periode tertentu

2. Sebagai alat ukur diagnosis terhadap masalah pengelolaan manajemen

Apabila ditemukan suatu masalah yang dihadapi oleh manajemen maka laporan keuangan dapat digunakan untuk memberikan alternatif solusi, contohnya adalah untuk peningkatan biaya riset ke depan dan pengembangan produk yang baru

3. Sebagai alat ukur untuk mengetahui kondisi dan kinerja keuangan perusahaan di masa yang akan datang

Maksudnya adalah kinerja laporan keuangan dapat digunakan untuk memproyeksikan kinerja keuangan yang akan datang dengan mempelajari laporan keuangan yang telah diterbitkan pada periode lampau.

4. Alat untuk menyaring awal untuk alternatif investasi

Calon investor dan para analis dapat menggunakan laporan kinerja keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan pada periode waktu tertentu sebagai analisa

fundamental yang digunakan untuk menyaring perusahaan yang akan dipilih untuk dibeli sahamnya.

Sedangkan kinerja keuangan menurut Munawir (2012), adalah sebagaimana berikut:

1. Mengetahui tingkat Likuiditas

Likuiditas yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang harus diselesaikan.

2. Mengetahui tingkat Solvabilitas

Solvabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh hutang menggunakan seluruh aset yang dimiliki perusahaan.

3. Mengetahui Tingkat Stabilitas

Yaitu mengukur kemampuan perusahaan melaksanakan usahanya dengan stabil yang dapat diukur dengan kemampuan perusahaan tersebut membayar hutangnya yang tepat pada waktunya.

4. Mengetahui tingkat Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau laba dalam periode waktu tertentu.

Dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan dapat menggunakan rasio-rasio keuangan, contohnya: rasio Likuiditas, Aktivitas, hutang atau *Leverage*, Profitabilitas, dan pasar (Hanafi, 2016). Peneliti menggunakan rasio profitabilitas (ROA dan ROE) sebagai indikator kinerja keuangan dalam variabel dependen dalam penelitian ini.

2.2.2 Rasio Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2016) menyatakan bahwa rasio Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mendapatkan *profit* dan pendapatan yang berasal dari penjualan. Efektifitas manajemen dapat dilihat dari profit yang dihasilkan terhadap penjualan perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan

Rasio Profitabilitas dapat dijadikan alat untuk mengukur efektivitas kinerja perusahaan yang diperoleh dari pendapatan atau laba bersih dari kegiatan perusahaan pada periode waktu tertentu.

Profitabilitas merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh manajemen dikarenakan berkaitan dengan operasional suatu perusahaan kedepan, maka dari itu perusahaan harus berada pada suatu keadaan yang *profitable* (Fernos, 2017).

1. *Return on Assets (ROA)*

Pengertian ROA (*Return on Assets*) adalah kemampuan dalam memperoleh laba dari aktiva yang digunakan oleh perusahaan. *Return on Assets* juga digunakan untuk mengevaluasi manajemen dalam menjalankan operasionalnya atau seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan asetnya.

$$\text{Return on Assets: } \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Assets}} \dots\dots (1)$$

Return on Asset menunjukkan laba perusahaan yang dihasilkan dari suatu aktifitas perusahaan untuk digunakan sebagai operasional perusahaan.

Semakin besar rasio profitabilitas maka kondisi perusahaan tersebut akan semakin baik (Sri Fitri Wahyuni, 2018)

2. *Return on Equity (ROE)*

ROE (*Return on Equity*) adalah sebuah ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit dengan bermodalkan ekuitas dari para pemegang saham. Rasio ini juga menjadi indikator penting bagi para investor. Semakin tinggi nilai ROE, maka menjadi semakin menarik pula untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

$$\text{Return on Equity: } \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}} \dots\dots (2)$$

3. *Operations Profit Margin (OPM)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya laba yang dihasilkan suatu perusahaan jika dibandingkan dengan penjualannya, maksudnya adalah rasio OPM (*Operations Profit Margin*) tersebut mengukur tingkat *margin* laba operasi suatu perusahaan berdasarkan perbandingan dengan pendapatan ataupun penjualan bersih.

$$\text{Operations Profit Margin: } \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots (3)$$

4. *Net Profit Margin (NPM)*

NPM (*Net Profit Margin*) adalah rasio yang membandingkan antara keuntungan perusahaan terhadap total penjualan bersihnya. Rasio ini juga menunjukkan besar kecilnya persentase laba bersih perusahaan yang diperoleh dari kegiatan penjualan. Semakin besar rasio *Net Profit Margin* maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba yang besar

$$\text{Net Profit Margin: } \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \dots\dots (4)$$

5. *Gross Profit Margin (GPM)*

Pengertian dari GPM (*Gross Profit Margin*) adalah rasio yang menunjukkan atau menilai seberapa efisien manajemen dalam mengelola operasi perusahaan yang ditunjukkan kinerja penjualan suatu perusahaan dengan proses produksinya.

$$\text{Gross Profit Margin: } \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}} \dots (5)$$

6. *Return on Investment (ROI)*

ROI (*Return on Investment*) adalah ukuran kinerja yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi manajemen. *Return on Investment* adalah kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah aktiva yang tersedia dalam perusahaan (Agus Sartono, 2010)

$$\text{Return on Investment: } \frac{(\text{Total Penjualan} - \text{Investasi})}{\text{Investasi}} \dots (6)$$

7. *Earning per Share (EPS)*

Pengertian EPS (*Earning per Share*) adalah rasio keuangan yang mengukur laba bersih yang diperoleh per lembar saham yang beredar, digunakan untuk merepresentasikan jumlah pendapatan yang diterima oleh para pemegang saham saat pembagian keuntungan saham yang beredar pada waktu tertentu.

$$\text{Earning per Share: } \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Jumlah saham beredar}} \dots\dots\dots (7)$$

2.2.3 Kinerja Pasar

Menurut (Muallifin & Priyadi, 2016) kinerja pasar adalah salah satu indikator yang digunakan oleh manajemen atau investor untuk mengukur seberapa maju atau berkembangnya suatu perusahaan.

Kinerja pasar juga merupakan hal yang sangat penting dikarenakan salah satu indikator yang dapat digunakan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui perkembangan dan prospek perusahaan kedepan melalui harga sahamnya di pasar modal. Semakin tinggi harga saham maka mengindikasikan semakin baik pula kinerja pasar suatu perusahaan tersebut. Maka dari itu kinerja pasar harus tetap dijaga dan dipertahankan dengan baik agar tetap memberikan kepercayaan kepada investor mengenai prospek perusahaan kedepan. Kinerja pasar juga merupakan salah satu kinerja yang digunakan untuk mengukur indikator keberhasilan suatu perusahaan. Kinerja pasar berfokus kepada para investor atas kinerja perusahaan yang diukur melalui harga saham. Kinerja pasar dapat diukur dengan menggunakan berikut ini:

1. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value digunakan untuk mengukur sebuah penilaian investor atau pasar terhadap nilai dari suatu perusahaan maupun manajemen yang menjadi pengelola perusahaan. Secara tidak langsung rasio PBV juga memberikan pengaruhnya terhadap harga saham.

$$\text{Price to Book Value: } \frac{\text{Harga Saham per lembar}}{\text{Nilai buku per saham}} \dots\dots\dots (8)$$

PBV (*Price to Book Value*) dalam aspek fundamental pada saham adalah ukuran yang dapat untuk melihat apakah suatu saham perusahaan di pasar Modal dapat dikategorikan murah ataupun mahal. Nilai *Price to Book Value* diketahui dari pembagian antara harga per lembar saham dengan nilai buku.

2. *Price to Earning Ratio (PER)*

Price to Earning Ratio adalah rasio yang diperoleh dari harga saham dibagi laba perusahaan. Apabila nilai PER tinggi maka dapat diartikan bahwa kinerja perusahaan semakin baik, sebaliknya apabila *Price Earning Ratio* terlalu tinggi nilainya maka dapat mengindikasikan bahwa harga suatu saham perusahaan tersebut sudah terlampaui tinggi atau tidak rasional.

$$\text{Price to Earning Ratio: } \frac{\text{Harga Saham per lembar}}{\text{Laba per lembar saham}} \dots\dots (9)$$

Dalam analisis fundamental pada saham, *Price to Earning Ratio* merupakan rasio yang banyak digunakan oleh para investor untuk menganalisis apakah investasi pada suatu perusahaan tersebut dapat menguntungkan atau merugikan kedepannya.

2.2.4 *Corporate Social Responsibility*

Marnelly (2012) mendefinisikan konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab antara pemerintah, perusahaan dan masyarakat setempat yang aktif dan dinamis yang membentuk sebuah komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya. Berikut ini adalah pengertian dan tujuan *Corporate Social Responsibility*

2.2.4.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah sebuah konsep bahwa suatu perusahaan memiliki dan mempunyai berbagai tanggung jawab kepada semua pihak, seperti: konsumen, karyawan, pemegang saham, lingkungan dan segala aspek yang melingkupi: ekonomi, sosial, dan lingkungan

Menurut Rosiliana et al., (2014), *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aksi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan tersebut yang pada akhirnya reputasi perusahaan akan meningkat di masyarakat.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan, masyarakat pada umumnya ataupun komunitas setempat (Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas, 2007)

Instrumen pengukuran dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dapat dipakai adalah CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*), langkah-langkah yang perlu diperhatikan untuk mendapatkan hasil dari pengukuran *Corporate Social Responsibility Index* adalah sebagaimana berikut ini:

1. Membuat daftar pengungkapan sosial, disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan yang masing-masing item disediakan tempat jawaban mengenai status pengungkapan pada laporan

2. Menentukan indeks pengungkapan sosial dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 - a. Pemberian skor pengungkapan bersifat dikotomi, dimana sebuah item diberikan skor 1 apabila diungkapkan dan diberikan skor nilai 0 apabila tidak diungkapkan
 - b. Skor yang diperoleh dijumlahkan agar mendapatkan skor total
 - c. Perhitungan indeks dilakukan dengan cara membagi skor total dengan skor kriteria yang telah ditetapkan oleh GRI- G4 sejumlah 91 item

Rumus perhitungan CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) adalah:

$$CSRI_j: \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\% \quad \dots\dots (10)$$

Keterangan

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n_j : Jumlah kriteria pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* untuk perusahaan j, $n_j \leq 91$ item

X_{ij} : Jumlah poin bagi indikator yang dilaksanakan

(1 = jika diungkapkan; 0= jika tidak diungkapkan)

Setelah diketahui angka atau nilai CSR maka dapat diketahui kinerja tanggung jawab suatu perusahaan kepada pihak terkait dalam periode waktu tertentu.

2.2.4.2 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Berikut ini berbagai manfaat atau tujuan dari terciptanya *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagaimana berikut:

1. Meningkatkan citra dari perusahaan tersebut
2. Memberikan inovasi kedepan bagi perusahaan
3. Memperkuat brand merk perusahaan di mata masyarakat khalayak
4. Membedakan perusahaan tersebut dengan yang lainnya, agar semakin dikenal
5. Membangun dan memperbaiki hubungan dengan para stakeholder
6. Membuka pasar dan melebarkan sayap usaha

2.2.5 Teori Stakeholder

Sri Rokhlinasari (2015) mendefinisikan teori *Stakeholder* menekankan bahwa organisasi atau perusahaan akan memilih secara sukarela dalam mengungkapkan kinerja lingkungan dan sosial mereka untuk memenuhi ekspektasi para *stakeholders* mereka. Tujuan dari teori *stakeholder* adalah untuk dapat membantu manajer korporasi dapat memahami lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan yang efektif di dalam lingkungan perusahaan. Beberapa alasan kuat perusahaan memperhatikan kepentingan para *stakeholder* adalah:

1. Isu lingkungan yang dapat mengganggu kehidupan dan kualitas hidup para *stakeholder*
2. Mendorong perusahaan agar produk-produk yang dihasilkan dapat bersahabat dengan lingkungan dalam era globalisasi
3. Para investor yang dalam menanamkan modalnya cenderung memilih perusahaan yang telah mengembangkan kebijakan program lingkungan
4. Pecinta lingkungan dan Lembaga Sosial Masyarakat semakin vokal dalam mengkritik perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan

Stakeholder adalah pihak yang berkepentingan didalam perusahaan, meliputi eksternal dan internal, seperti: manajer, owner, pemegang saham, pemerintah, pesaing, masyarakat, lingkungan diluar perusahaan, lembaga penyalur tenaga kerja, pekerja perusahaan, dan uang keberadaanya mempengaruhi perusahaan itu sendiri.

Teori Stakeholder juga menekankan kepada suatu perusahaan bahwa agar lebih mengetahui jika perusahaan tidak sekedar untuk beroperasi kepada kepentingannya sendiri, namun perusahaan harus lebih memberikan manfaat bagi *stakeholder* mereka (R. Putri et al., 2017).

2.2.6 Teori Sinyal (*Signal Thory*)

Teori sinyal menurut Sri Rokhlinasari (2015) adalah teori yang berakar dari teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatiannya kepada para pemakai informasi. Informasi yang diungkapkan tersebut bisa dijadikan sinyal bahwa perusahaan dapat mempunyai prospek yang baik atau sebaliknya sinyal yang buruk di masa depan sehingga para pihak eksternal dapat tertarik. Dalam hal ini *Corporate Social Responsibility* merupakan sinyal yang terkait dengan kualitas manajemen perusahaan kepada investor dan *stakeholder* yang menunjukkan bahwa kinerja sosial perusahaan dalam posisi yang baik

Menurut Gumanti (2009) teori sinyal dapat diartikan sebagai isyarat perusahaan kepada pihak luar. Sinyal tersebut dapat berwujud dalam berbagai bentuk, yakni bisa secara langsung atau dapat diamati dan yang harus diteliti lebih mendalam untuk dapat mengetahui. Sinyal tersebut dimaksudkan agar dapat

memenuhi harapan pasar atau pihak eksternal. Artinya sinyal yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut dapat merubah penilaian terhadap perusahaan

Perusahaan harus memberikan informasi yang lebih dikarenakan terkait dengan pandangan dan prospek. Informasi tersebut disajikan dalam laporan tahunan yang isinya berupa laporan tahunan dan laporan tambahan. Laporan keuangan yang memuat informasi terkait kondisi keuangan suatu perusahaan dan laporan tambahan berisi tentang informasi non-keuangan seperti contohnya kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan yaitu kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Apabila informasi tersebut telah diungkapkan secara detail dan lengkap maka calon investor atau pihak eksternal akan percaya dan tertarik dengan prospek kedepan.

2.2.7 Teori Legitimasi

R. A. Putri & Christiawan (2014) berpendapat bahwa kegiatan suatu perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga kinerja pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan suatu alat manajerial yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat menghindari konflik sosial lingkungan.

Teori ini berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat, teori ini menyatakan bahwa sebuah perusahaan atau organisasi yang terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan peraturan dan batasan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Legitimacy Theory merupakan teori yang paling banyak disebutkan dalam bidang sosial dan lingkungan karena teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu.

Teori legitimasi juga menyatakan bahwa untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan legitimasi atau pengakuan dari berbagai pihak dengan meningkatkan pengungkapan sosial (Hidayati & Murni, 2009)

2.2.8 Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas

Corporate Social Responsibility menurut ISO 26000 dalam Ujang Rusdianto (2013), adalah tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan kepada para *stakeholder* dan masyarakat lingkungan sekitar melalui perilaku etis dan transparan. Hubungan dan pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dengan profitabilitas adalah ketika masyarakat sekitar merasa puas atas suatu kinerja sosial yang telah diberikan oleh perusahaan, maka masyarakat cepat mengenali dan memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan. Penambahan minat tersebut dapat mempengaruhi penjualan produk perusahaan yang akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas

Hasil penelitian sebelumnya terkait dengan CSR terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan pada profitabilitas (Cho et al., 2019; Gantino, 2016), selain itu ada juga penelitian yang menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif tidak signifikan pada profitabilitas (Mustafa & Handayani, 2014; Rahmah & Iramani, 2015; Setyono, 2016)

2.2.9 Pengaruh CSR terhadap Kinerja Pasar

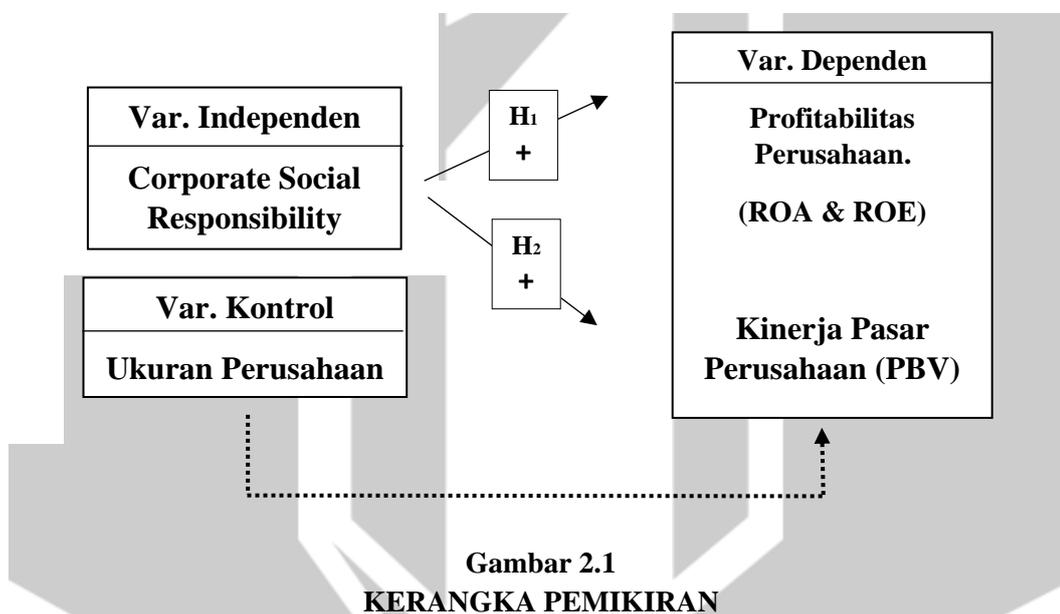
CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat memberikan pengaruh kinerja pasar suatu perusahaan, jika aksi pertanggungjawaban sosial yang telah diungkapkan oleh perusahaan memberikan dampak yang positif bagi para

komunitas tertentu, *stakeholder*, dan masyarakat sekitar sehingga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, sehingga reputasi perusahaan tersebut meningkat dimata para investor. Sebab itulah yang akan membuat harga saham perusahaan di bursa efek akan meningkat.

Hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja pasar menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja Pasar (Putra et al., 2015) sedangkan penelitian Gantino, Rilla. (2016) menyatakan CSR berpengaruh positif tidak signifikan

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasar kajian teori yang telah diuraikan diatas, maka didapatkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut ini:



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian yang sudah disusun diatas, maka hipotesis penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- H1 : a. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan pada Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset*
- b. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan pada profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity*
- H2 : Pengungkapan *Corporate social Responsibility* berpengaruh positif signifikan pada kinerja pasar yang diukur dengan *Price to Book Value*