

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Riview Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Joseph *et al.* (2016) menunjukkan bahwa ROA dan ROE memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan OPM, NPM, dan CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kinerja keuangan dan CSR mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dhuhransyah (2018) menyatakan bahwa *return on asset* dan *return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hasil analisis tersebut menggunakan hasil uji F. Dengan demikian memicu munculnya kepercayaan dari investor sehingga direspon positif melalui peningkatan harga saham perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan CSR mampu mendukung pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan, yang dimana CSR menjadi suatu pertimbangan yang diperhatikan bagi investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Pohan dan Dwimulyani (2017) menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* (CSR) tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan, dan terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Kusumadilaga, 2010).

Penelitian yang dilakukan oleh Apriliani *et al.* (2017) menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut dilakukan pada perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Yendrawati (2013) menunjukkan bahwa EPS memiliki efek positif terhadap nilai perusahaan, biaya alokasi tanggungjawab sosial mampu memoderasi hubungan EPS dan nilai perusahaan, dan kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi hubungan EPS dan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nahda dan Harjito (2011) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Kedua, *good corporate governance* sebagai variabel moderating secara signifikan berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Variabel *leverage* memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan (Murnita dan Putra, 2018).

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Sunaryo *et al.* (2018) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memoderasi pengaruh tanggungjawab sosial perusahaan pada nilai perusahaan.

CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, Ukuran

perusahaan sebagai variabel moderating memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pertambahan di BEI, Ukuran perusahaan sebagai variabel moderating memoderasi hubungan kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan pertambahan di BEI (Puspaningrum, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Ramona (2017) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, diketahui dari nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel, dan nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansinya. Secara simultan atau bersamaan, variabel independen CSR dan profitabilitas sebagai moderating berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan, dibuktikan dengan nilai f hitung jauh lebih besar dari f tabel.

Penelitian yang dilakukan oleh Komariah (2015) menunjukkan bahwa *Return On Asset* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 dimana angka ini dibawah *level of significance* yang digunakan yaitu 5% (0.05). Pengungkapan *corporate social responsibility* sendiri tidak mampu memoderasi hubungan antara *return on asset* terhadap *corporate social responsibility* hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,831 dimana angka ini di *atas level of significance* yang digunakan yaitu 5% (0.05).

Penelitian yang dilakukan oleh Dr. Dima dari *The Suliman Olayan School of Bussines, American University of Beirut* (2017). Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan yang ada di Lebanon, dalam penelitiannya menuliskan bahwa dari delapan perusahaan yang ada dalam penelitiannya, menanggapi bahwa CSR yang dilakukan lebih kepada tindakan sukarela yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan. Dimana tiap perusahaan enggan untuk menyebutkan kegiatan apa saja yang telah dilakukan dengan alasan yang tidak etis. CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang berdomisili di Lebanon ini menurutnya adalah sebagai wujud dari kesadaran perusahaan dalam membangun hubungan antar perusahaan, pebisnis dan lingkungan sosial, yang pada dasarnya dapat memberi nilai tambah serta sebagai investasi terhadap sumber daya dan pada akhirnya dapat berperan membentuk dunia yang lebih baik dan

bersahabat. Namun dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa di Lebanon masih terdapat pendapat yang salah di lingkungan perusahaan mengenai kegiatan CSR yang dianggap hanya sebagai *philanthropy strategic* yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk dari kedemawaaan perusahaan yang secara tulus, sehingga dibutuhkan dana khusus, yang hanya akan menjadi beban bagi perusahaan, hal ini merupakan penyebab utama mengapa perusahaan di Lebanon enggan melakukan kegiatan dalam lingkup CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Hartmann (2016) menyatakan bahwa CSR sangat mempunyai relevansi yang tinggi bagi perusahaan makanan, karena perusahaan yang bergerak dalam sektor ini memiliki dampak dan ketergantungan yang kuat terhadap perekonomian, lingkungan maupun masyarakat. Semakin maju sebuah bangsa maka semakin beragam juga ancaman yang terjadi dari yang bersifat tingkat *Firm-Single level* sampai kepada membentuk psaoan dan jaringan makanan. Hal ini yang menyebabkan tantangan ke depan semakin besar dan beragam pula karena perusahaan yang bermacam-macam dan beragam terkait dalam pendekatan CSR yang akan dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Servaes & Tamayo (2018) menyatakan bahwa CSR dan nilai perusahaan berhubungan positif untuk suatu perusahaan dengan kesadaran pelanggan yang tinggi, seperti pengeluaran iklan. Sedangkan untuk perusahaan yang memiliki kesadaran pelanggan rendah maka CSR dan nilai perusahaan berpengaruh tidak signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yu-shan wang dan Yi-jie chen (2015) menyatakan bahwa CSR memberikan pengaruh yang baik terhadap nilai perusahaan, dan CSR memberikan manfaat aktual pada nilai perusahaan.

Menurut Roberts (1992) bahwa perkembangan konsep stakeholder dibagi menjadi tiga yaitu model perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis dan *corporate social responsibility*. Pengungkapan tanggungjawab social dan lingkungan merupakan bagian dari komunikasi antara perusahaan dengan stakeholder-nya.

Menurut Kartajaya (2012:50) mengatakan bahwa organisasi akan memilih *stakeholder* yang di pandang penting dan mengambil tindakan yang dapat

menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*. *Stakeholder* memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan, seperti halnya untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kinerja Keuangan

2.2.1.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam mengelola asset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Kinerja keuangan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang dilaksanakan (Rudianto, 2013). Adapun tujuan kinerja keuangan menurut Intani (2015) yaitu untuk memotivasi para karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam memenuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan hasil dan tindakan yang diinginkan.

Menurut Sucipto (2003) Kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba, sedangkan menurut IAI (2007) kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya.

Kinerja keuangan merupakan satu diantara dasar penilaian mengenai kondisi keuangan perusahaan yang dilakukan berdasarkan analisa terhadap rasio keuangan perusahaan. Pada dasarnya kinerja keuangan perusahaan menggambarkan baik atau buruknya kondisi keuangan perusahaan dan mencerminkan pencapaian prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode tertentu yang diukur dengan menggunakan alat pengukur kinerja keuangan. Kinerja keuangan merupakan bagian penting dari perusahaan karena merupakan dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan (Munawir, 2015).

Kinerja keuangan adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran standar, dan kriteria yang

ditetapkan sebelumnya (Mulyadi, 2010). Sedangkan menurut Sawir (2010) kinerja keuangan merupakan kondisi yang mencerminkan keadaan keuangan suatu perusahaan berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang ditetapkan. Menurut Hanafi dan Halim (2016) kinerja keuangan adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu.

Kinerja keuangan adalah gambaran tentang keberhasilan perusahaan berupa hasil yang telah dicapai berkat berbagai aktivitas yang telah dilakukan, atau kinerja keuangan adalah suatu analisis untuk menilai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sesuai aturan-aturan pelaksanaan keuangan (Fahmi, 2012).

Menurut Barlian (2003) Kinerja keuangan adalah prospek atau masa depan, pertumbuhan, dan potensi perkembangan yang baik bagi perusahaan. Kinerja keuangan diperlukan informasinya untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang dikendalikan untuk memprediksi kapasitas produksi dari sumber daya yang tersedia.

Dari beberapa definisi diatas menurut para ahli, dapat saya simpulkan bahwa kinerja keuangan adalah dasar penilaian kondisi keuangan perusahaan yang dilakukan berdasarkan analisa rasio keuangan perusahaan atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam mengelola asset perusahaan secara efektif selama periode tertentu.

2.2.1.2 Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut Munawir (2015) alat analisis yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan adalah rasio keuangan. Rasio keuangan mengukur kinerja keuangan berdasarkan hasil dari perbandingan data perusahaan yang berada dalam laporan keuangan, dimana dalam perbandingan tersebut menunjukkan bagaimana kondisi keuangan disuatu perusahaan. Secara umum rasio keuangan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas (*liquidity ratio*)

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menjamin kewajiban lancarnya. Contoh rasio likuiditas yaitu rasio kas (*cash ratio*), rasio cepat (*quick ratio*), dan rasio lancar (*current ratio*).

a. Rasio kas (*cash ratio*)

Rasio ini bertujuan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas dan setara kas dari suatu perusahaan dibandingkan dengan utang lancar.

$$\text{Rasio kas} = \frac{\text{Kas dan setara kas}}{\text{Utang lancar}}$$

b. Rasio cepat (*quick ratio*)

Rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang lancarnya tanpa melibatkan nilai persediaan (*inventory*).

$$\text{Rasio cepat} = \frac{\text{Total aset lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Total liabilitas lancar}}$$

c. Rasio lancar (*current ratio*)

Rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban lancar atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan.

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{Aset lancar}}{\text{Utang lancar}}$$

2. Rasio Solvabilitas (*solvability ratio*)

Rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar dan kewajiban panjang. Contoh rasio solvabilitas yaitu rasio total utang terhadap modal (*total debt to equity ratio*) dan rasio total utang terhadap asset (*total debt to capital assets ratio*).

a. Rasio total utang terhadap modal (*total debt to equity ratio*)

Rasio ini menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar dan merupakan rasio yang mengukur hingga sejauh mana perusahaan dibiayai dari utang.

$$\text{Rasio utang modal} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Modal}}$$

b. Rasio utang terhadap aset

Rasio ini merupakan perbandingan antara total utang dengan total aktiva, sehingga rasio ini menunjukkan sejauh mana utang dapat ditutupi oleh aktiva.

$$\text{Rasio utang aset} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aktiva}}$$

c. Rasio Perputaran (*turnover ratio*)

Rasio perputaran digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam mengelola asset-asetnya. Contoh rasio perputaran yaitu rasio perputaran persediaan (*inventory turnover ratio*) dan rasio perputaran total asset (*turnover assets ratio*). Adapun rumus untuk menghitung rasio perputaran ini adalah:

$$\text{Rasio perputaran} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Rata – rata kas}}$$

3. Rasio Rentabilitas/Profitabilitas (*profitability ratio*)

Rasio profitabilitas digunakan mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Contoh rasio profitabilitas yaitu *Return on assets* (ROA), *Return on equity* (ROE) dan *Net profit margin* (NPM).

a. ROA (*Return on Assets*)

Variabel ROA menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang dapat diperoleh dari keseluruhan asset yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini juga memberikan

ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemendalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

b. ROE (*Return on Equity*)

Variabel ROE mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

c. NPM (*Net Profit Margin*)

Net Profit Margin (NPM) adalah Rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan (laba) dibandingkan dengan pendapatan yang diterima dari kegiatanoperasionalnya

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

Namun menurut Jumingan (2017: 242) kinerja keuangan dapat di nilai atau diukur dengan beberapa alat analisis:

1. Analisis perbandingan laporan keuangan

Yaitu teknik analisis dengan membandingkan laporan keuangan dua periode atau lebih dengan menunjukkan perubahan, baik dalam jumlah (absolut) dan dalam persentase (relatif).

2. Analisis tren (tendensi posisi)

Teknik analitik untuk menentukan kecenderungan keadaan keuangan untuk mengindikasikan kenaikan atau penurunan.

3. Analisis persentase perkomponen (*common size*)

Teknik analisis untuk menentukan persentase inventasi dalam setiap asset terhadap total atau total asset dan utang.

4. Analisis sumber dan penggunaan modal kerja

Teknik analisis untuk menentukan ukuran sumber dan penggunaan modal kerja melalui dua periode waktu dibandingkan.

5. Analisis sumber dan penggunaan kas

Teknik analitik untuk menentukan kondisi uang tunai disertai dengan penyebab perubahan uang tunai dalam periode tertentu.

6. Analisis rasio keuangan

Teknik analisis keuangan untuk mengetahui hubungan antara pos-pos tertentu dalam neraca dan laporan laba rugi baik secara individu maupun simultan.

7. Analisis perubahan laba kotor

Teknik analisis untuk mengetahui posisi laba dan penyebab perubahan laba.

8. Analisis break even

Teknik analisis untuk menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Kinerja keuangan sebuah perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio-rasio keuangan. Dalam Kasmir (2017), kinerja keuangan berdasarkan analisis rasio dikelompokkan menjadi 5 jenis berdasarkan ruang lingkupnya yaitu:

1. Rasio likuiditas, menyatakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek.
2. Rasio Solvabilitas, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang.

3. Rasio Aktivitas, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan harta yang dimilikinya.
4. Rasio Profitabilitas, menunjukkan kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.
5. Rasio Pasar, menunjukkan informasi penting perusahaan dan diungkapkan dalam basis per saham.

Dari berbagai macam pengukuran menurut para ahli diatas, maka dalam penelitian ini peneliti memakai alat ukur kinerja keuangan dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas yang digunakan yaitu:

1. ROA (*Return on Assets*)

Variabel ROA menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang dapat diperoleh dari keseluruhan asset yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2. ROE (*Return on Equity*)

Variabel ROE mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

3. NPM (*Net Profit Margin*)

Net Profit Margin (NPM) adalah Rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan (laba) dibandingkan dengan pendapatan yang diterima dari kegiatan operasionalnya.

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

2.2.2 Corporate Social Responsibility

2.2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu perusahaan organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab organisasi dibidang hukum (Darwin, 2009). Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *corporate social responsibility* atau tanggungjawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangun ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Penerapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat pemegang saham untuk berinvestasi. Para investor lebih tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang menerapkan program CSR sebagai kegiatan usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan beberapa keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab (Munawir, 2015).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Sustainable reporting meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004).

Menurut Carrol (2011) CSR adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, meliputi beberapa aspek yaitu aspek ekonomi, hukum, etika serta kontribusi pada isu sosial. Dari konsep ini dapat dilihat bahwa setiap perusahaan dalam bentuk kegiatan CSR, harus melihat beberapa aspek karena dari beberapa aspek yang dikemukakan oleh carrol itu bersifat memberi kontribusi dalam kepedulian dan pengembangan terhadap lingkungan.

Tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial lingkungan, dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono, 2007).

Ambadar (2014:19) dalam bukunya yang berjudul *corporate social responsibility* menyatakan bahwa CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa CSR adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap lingkungan sekitar perusahaan atas kerusakan lingkungan yang telah ditimbulkan dari kegiatan operasional yang bertujuan untuk memperbaiki kerusakan lingkungan serta untuk mengembangkan masyarakat menjadi masyarakat yang lebih baik.

Menurut Ghazali dan Chariri (2014) teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Untuk itu tanggungjawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi, harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktorsosial, baik internal maupun eksternal, karena kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan dari para stakeholder. Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat memuaskan stakeholdernya dalam

suatu tingkatan tertentu, sehingga titik pusat dari CSR ada pada manajemen *stakeholder*.

Dari beberapa pengertian CSR menurut para ahli diatas, dapat saya simpulkan bahwa CSR adalah mekanisme bagi suatu perusahaan organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial masyarakat sekitar, meliputi aspek yaitu ekonomi, hukum, etika serta kontribusi pada isu sosial.

2.2.2.2 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diukur dengan metode *content analysis*. *Content analysis* adalah suatu metode pengkodekifikasian teks dari ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok atau kategori tergantung pada kriteria yang ditentukan. *Content analysis* dilakukan dengan cara *checklist*, yaitu dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori yaitu: lingkungan, energy, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lalai-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut:

$$\text{CSDI } j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

CSDI j = *Corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item pengungkapan i, perusahaan j

n j = Jumlah item pengungkapan j

Sumber: (Darwin, 2009)

Indikator pengungkapan CSR diukur berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). *Global reporting initiative* banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan selalu berusaha untuk meningkatkan komitmen dalam hal perbaikan dan penerapannya yang dapat dilakukan di seluruh dunia. (globalreporting.org).

Indikator-indikator yang terdapat di GRI yaitu:

1. Indikator kinerja ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator kinerja lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator kinerja tenaga kerja (*labor practices performance*)
4. Indikator kinerja hak asasi manusia (*human right performance*)

5. Indikator kinerja masyarakat/social (*social performance indicator*)

6. Indikator kinerja produk (*product performance indicator*)

Pengukuran *corporate social responsibility* adalah menggunakan *CSR index* yang merupakan luas pengungkapan relatif dari setiap perusahaan sampel atas pengungkapan sosial yang dilakukannya (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Berdasarkan *global reporting initiative* (GRI) jumlah item pengungkapan adalah 91 item. Rumus perhitungan CSR adalah:

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Jumlah item CSR yang diungkapkan}}{91 \text{ item informasi CSR}} \times 100\%$$

Menurut Kuntari dan Sulistyani (2007), salah satu metode atau pendekatan yang dapat dilakukan untuk pengungkapan CSR adalah dengan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan (*disclosure in annual report*). Instrumen pengukuran dalam pengungkapan CSR yang dapat digunakan adalah *corporate sosial responsibility index* (CSRI). Menurut Primario (2007), adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk mendapatkan hasil CSRI adalah:

1. Membuat suatu daftar pengungkapan sosial.
2. Menentukan index pengungkapan sosial untuk perusahaan berdasarkan daftar pengungkapan sosial. Dalam menentukan indeks ini dilakukan dengan cara berikut:
 - a. Pemberian skor pengungkapan bersifat dikotomi, dimana sebuah item pengungkapan diberi skor 1 apabila diungkapkan dan diberi 0 jika tidak diungkapkan. Menggunakan model pengungkapan yang tidak diberi bobot sehingga memperlakukan semua item pengungkapan secara sama.
 - b. Skor yang diperoleh dijumlahkan untuk mendapatkan skor total.
 - c. Perhitungan indeks dilakukan dengan cara membagi skor total dengan skor total yang diharapkan.

Menurut Haniffa (2005), rumus perhitungan CSRI adalah:

$$\text{CSRI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$



Keterangan:

CSRI_j = Corporate social responsibility disclosure index perusahaan j

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan.

Dari beberapa pengukuran CSR menurut para ahli diatas peneliti memutuskan dalam penelitian ini menggunakan pengukuran CSR menurut Zuhroh dan Sukmawati (2003) yaitu:

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Jumlah item CSR yang diungkapkan}}{91 \text{ item informasi CSR}} \times 100\%$$

Setelah mengetahui definisi dan cara pengukuran CSR, berikut manfaat *corporate social responsibility* menurut (Susanto, 2009):

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.
2. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada suatu perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini akhirnya akan menghasilkan loyalitas sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan, hal ini akan mengakibatkan peningkatan kinerja dan produktivitas.
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

2.2.3 Nilai Perusahaan

2.2.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Nurlela dan Islahuddin (2008) nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan nilai pasar yang tercermin dalam harga saham.

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 (Harmono, 2014). Sedangkan menurut Sartono (2016) nilai perusahaan adalah tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *presentvalue* semua keuntungan pemegang saham yang dimiliki meningkat.

Nilai perusahaan menurut Harmono (2013) bahwa nilai perusahaan adalah ukuran nilai objektif oleh publik dan orientasi pada kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan nilai perusahaan menurut Sartono (2014) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahaan sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi, nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga.

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 sekarang (Noerirawan, 2012).

Menurut Brigham dan Erdhardt (2005:518), nilai perusahaan merupakan nilai sekarang (*present value*) dari *freecashflow* di masa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. *Free cashflow* merupakan *cashflow* yang tersedia bagi investor (kreditor dan pemilik) setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran untuk operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih.

Dari beberapa pengertian nilai perusahaan menurut para ahli diatas, dapat saya simpulkan bahwa nilai perusahaan adalah nilai pasar yang dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham secara maksimum yang dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang yang akan meningkatkan keuntungan pemegang saham.

2.2.3.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Ada beberapa rasio yang dapat digunakan untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya adalah *price to book value*. Menurut (Hermawati, 2010) *price to book value* (PBV) adalah angka rasio yang menjelaskan seberapa kali seorang investor bersedia membayar sebuah saham untuk setiap nilai buku per sahamnya. PBV diperoleh dengan cara perbandingan nilai pasar yang diukur dengan harga saham penutupan, terhadap nilai buku (*book value*) memberikan penilaian akhir. *Book value* dihitung dengan membagi nilai bersih perusahaan dengan jumlah yang beredar. Nilai bersih adalah selisih antara total aktiva dengan total kewajiban suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Adapun rumus dalam menghitung *price to book value* adalah sebagai berikut (Handoko, 2010).

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

$$\text{BV} = \frac{(\text{TA} - \text{TU})}{\text{Saham Beredar}}$$

BV = *Book Value*/ Nilai Buku

TA = Total Aset

TU = Total Utang

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut Sudana (2011:23), rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*). Berikut beberapa ini beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan:

1. *Price Earnings Ratio* (PER)

PER menunjukkan beberapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110). Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur PER ini sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Earnings per share}}$$

2. *Price to Book Value* (PBV)

PBV adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (diatas) atau *undervalued* (dibawah) nilai buku saham tersebut (Fakhruddin dan Hadianto, 2001). *Price to book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin 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. Adapun rumus-rumus yang digunakan untuk mengukur PBV ini adalah sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

3. Tobin's Q

Alternatif lain untuk 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). Adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Q = Nilai perusahaan
- EMV = Nilai pasar ekuitas
- EBV = Nilai buku dari total aktiva
- D = Nilai buku dari total hutang

Dari beberapa pengukuran nilai perusahaan diatas maka peneliti akan menggunakan pengukuran nilai perusahaan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) menurut Handoko (2010), dengan rumus sebagai berikut:

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

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Kinerja Keuangan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019

Kinerja keuangan merupakan satu diantara dasar penilaian mengenai kondisi keuangan perusahaan yang dilakukan berdasarkan analisa terhadap rasio keuangan perusahaan. Pada dasarnya kinerja keuangan perusahaan menggambarkan baik atau buruknya kondisi keuangan perusahaan dan mencerminkan pencapaian prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode tertentu yang diukur dengan menggunakan alat pengukur kinerja keuangan. Kinerja keuangan merupakan bagian penting dari perusahaan karena merupakan dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan(Munawir, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Yendrawati (2013) menyimpulkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas (2016) menyatakan bahwa kinerja perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Duhriansyah (2018) menyimpulkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan menurut Apriliani *et al.* (2017) kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian diatas, maka hipotetis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Corporate Social Responsibility Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019

CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk ‘membersihkan’ keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana yang diketahui cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan bisa saja merugikan orang lain atau lingkungan sekitar, baik itu secara sengaja mau tidak sengaja. Karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah mengembalikan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut menjadi lebih baik, karena perusahaan yang melakukan CSR dengan baik kepada masyarakat sekitar akan mendapatkan nilai perusahaan yang baik pula (Prastowo dan Huda, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Laras dan Hadiprajitno (2012) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Puspaningrum (2017) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan penelitian yang dilakukan oleh Ramona (2017) menyatakan hal yang sama bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hartman (2016) berbanding terbalik yaitu CSR mempunyai relevansi yang sangat tinggi bagi nilai perusahaan. Dari uraian diatas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂: CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah di ungkapkan, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

