

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian, terkadang ada tema yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan walaupun arah tujuan yang diteliti berbeda. Dari penelitian ini peneliti menemukan beberapa sumber kajian lain yang telah lebih dahulu membahas terkait Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai variabel pemoderasi.

Auliyah Palupi Putri Indra Sari, Ronny Malavia Mardani, & M. Agus Salim (2010) dengan judul “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Csr Dan Gcg Sebagai Variabel Pemoderasi*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Consumer Goods* dan mengetahui *Corporate Social Responsibility* serta *Good Corporate Governance* memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Data yang didapat dari Bursa Efek Indonesia yang diakses di alamat www.idx.com diperoleh bahwa Populasi Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 43 perusahaan, lalu Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan melaporkan *Corporate Social Responsibility*(CSR) dan *Good Corporate Governance*(GCG) di annual report sebanyak 20 perusahaan dari tahun 2013 sampai 2016. Pemilihan sampel penelitian berdasarkan pada metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebab data yang digunakan berbentuk angka-angka. Data yang dipakai dalam penelitian ini ialah data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan Pengaruh Kinerja Keuangan, CSR, dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan CSR serta GCG dapat memoderasi hubungan antara probabilitas dengan Nilai Perusahaan.

Ananda Putra Hardian (2016) dengan judul “*Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, Csr Sebagai Variabel Moderasi*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan mengetahui *Corporate Social Responsibility*(CSR) memoderasi hubungan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2010-2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa kinerja keuangan perusahaan yang menggunakan variabel leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hanya variabel profitabilitas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Jadi pihak manajemen harus memperhatikan rasio profitabilitas agar laba yang dihasilkan perusahaan setiap tahunnya meningkat sehingga akan meningkatkan juga harga saham perusahaan untuk menarik para investor dalam melakukan investasi ke perusahaan food and beverage. Pihak investor juga harus memperhatikan rasio profitabilitas sebelum melakukan investasi ke perusahaan food and beverage. Penggunaan *Corporate Social Responsibility*(CSR) sebagai variabel moderasi menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berdampak pada pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Abdul Gaffar Rafid, Hotman Tohir Pohan & Ice Nasyrah Noor (2017) dengan judul “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan mengetahui *Corporate Social Responsibility* memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada

tahun 2013-2015. Sampel penelitian ditentukan berdasarkan purposive sampling dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel *Return On Asset (ROA)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Return On Asset (RoA)* terhadap nilai perusahaan. Namun, secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* mampu memoderasi hubungan antara variabel *Current Ratio (CR)* terhadap nilai perusahaan. Secara simultan variabel ROA, CR, interaksi ROA dan CSR, dan Interaksi CR dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Reza Arie Pradita (2019) dengan judul "*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan mengetahui *Corporate Social Responsibility* memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Populasi dari penelitian ini adalah Perusahaan Jasa sektor Real Estate, Properti dan konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2017, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara *Return On Asset (ROA)* terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan diterimanya H1 yang menyatakan ada pengaruh signifikan antara *Return On Asset (ROA)* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kinerja keuangan maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan, selanjutnya hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan Nilai perusahaan, dan ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi *Corporate Social Responsibility* tersebut.

Gine Das Prena dan I Gede Iwan Mulyawan (2020) dengan judul “*Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan mengetahui *Corporate Social Responsibility* memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data tertulis yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Data berupa laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah diaudit tahun 2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diproksi dengan *Return On Asset (ROA)* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan menyatakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempengaruhi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan dapat diterima.

2.2 Landasan Teori

2.2.1. Teori Sinyal (Signalling Theory)

(Pradita, 2019) Teori sinyal adalah mengenai dorongan terhadap perusahaan untuk memberikan sebuah informasi mengenai laporan keuangan kepada pihak-pihak internal maupun eksternal. Dorongan ini terjadi karena adanya sebuah asimetri informasi antara pihak internal, pihak eksternal dan pihak manajemen. Asimetri informasi disebabkan oleh perusahaan yang mengetahui lebih banyak informasi mengenai prospek perusahaan yang akan datang dari pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi

pihak investor dan kreditor mengenai perusahaan membuat mereka memberikan harga yang rendah untuk perusahaan.

Sinyal ini mengenai informasi yang sudah dilakukan pihak manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa sebuah informasi dan promosi yang menggambarkan bahwa perusahaan lebih baik dari pada perusahaan yang lainnya. Informasi lainnya adalah tentang pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

2.2.2. Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

(Lako, 2011:5) bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dimulai sejak awal 1970an. Yang secara umum dikenal dengan stakeholder theory.

Menurut (forma, 2020) stakeholder theory artinya sebagai kumpulan kebijakan dan pratika yang berhubungan dengan pemangku kepentingan, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan teori stakeholder perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat dan pihak lainnya).

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas stakeholder dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian stakeholder.

Akibat dari kurangnya perhatian stake holder adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial mencerminkan rendahnya kinerja sosial perusahaan. Kesuksesan dan hidup matinya perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan para stakeholder atau pemangku kepentingan.

2.2.3 Kinerja Keuangan

Menurut (Pradita, 2019) menyatakan kinerja keuangan adalah usaha yang sangat penting dan formal bagi suatu perusahaan untuk mengukur keberhasilan menghasilkan sebuah laba dan mengukur potensi perkembangan baik perusahaan melalui sumber daya yang ada atau melalui kinerja perusahaan yang didapat digunakan untuk melihat potensi perusahaan dimasa yang akan datang. Perusahaan sudah dapat mencapai sebuah standar dan tujuan yang telah digunakan maka perusahaan dinyatakan berhasil.

Adapun pendapat lain mengenai Kinerja Keuangan adalah ukuran yang menggambarkan efisiensi perusahaan dalam menggunakan asset yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan. Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dilihat oleh calon investor untuk menentukan investasi saham. Bagi sebuah perusahaan, menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah penting (Nadillah, 2017). Shaw (2003) berpendapat bahwa laba yang tinggi memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat mendorong investor untuk meningkatkan permintaan saham. Agar terpenuhinya kebutuhan pemangku kepentingan, maka perusahaan harus menerbitkan laporan keuangan paling lambat satu tahun buku.

(Hermawan & Mar'ulah, 2014) Laporan keuangan yang lengkap biasanya menunjukkan laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan. Dalam penelitian ini, rasio keuangan yang dipilih untuk memproyeksikan kinerja keuangan adalah *Return On Asset* (ROA). *Return on asset* adalah bentuk dari rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengetahui efektifitas dan efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola seluruh kekayaannya dalam menghasilkan laba.

2.2.4 Ukuran Perusahaan

Jogiyanto (2013:282) mendefinisikan ukuran perusahaan (Firm Size) adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain –

lain). Untuk menghitung besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva (Riyanto, 2008:313). Total penjualan dijadikan indikator mengukur ukuran perusahaan. Hal tersebut karena kekayaan dan sumber daya perusahaan tercermin dari seberapa besar penjualannya. Hal ini juga bisa mencerminkan prospek yang baik di masa depan sebagai petunjuk (sinyal) positif oleh investor sehingga nilai (saham) perusahaan terpengaruh positif. Hal positif tersebut yang menjadikan ukuran perusahaan menjadi salah satu variabel vital.

Menurut (Kartini dan Tulus Arianto:2012) Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan berapa besar kebijakan keputusan pendanaan dalam memenuhi ukuran ataupun besarnya harta perusahaan. Firm size juga menjadi salah satu tolak ukur yang melihat besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan perusahaan tersebut telah mencapai kematangan. Keadaan tersebut mencerminkan perusahaan relatif lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang total asetnya lebih kecil.

2.2.5 Nilai Perusahaan

Menurut (Rafid, 2017) Nilai perusahaan merupakan ukuran atas pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen. Nilai perusahaan mempunyai citra yang baik dimata investor maupun calon investor jika fungsi ini berjalan dengan baik. Penilaian prestasi perusahaan dapat dinilai dari suatu kemampuan perusahaan dalam mensejahterakan pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu dapat di lihat melalui kemampuan mensejahterakan para pemegang saham, prestasi perusahaan dapat diukur dengan seberapa baik perusahaan dapat memperoleh laba.

Laba perusahaan merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya dan juga merupakan komponen penting dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan ini dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan

aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang dan pertumbuhan yang datang (Nadillah, 2017).

2.2.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social responsibility atau CSR adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan suatu perhatian terhadap lingkungan sosial kedalam operasi dan interaksinya dengan para *stakeholder* yang melampaui tanggung jawab sosial dibidang hukum. Atau dapat juga didefinisikan sebagai suatu konsep dan juga tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya kepada masyarakat dan juga lingkungan sekitar dimana perusahaan berdiri.

Dengan adanya penggunaan *Corporate Social responsibility (CSR)* yang tepat juga dapat menambah nilai perusahaan dan juga menambah daya tarik untuk calon investor. Aspek-aspek yang terdapat dalam *Triple Bottom Line* yang merupakan konsep dasar yang cukup penting dalam CSR adalah *Profit, People, dan Planet* (Pradita, 2019).

Salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. Meskipun belum bersifat mandatory, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai keunggulan kompetitif perusahaan.

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham yang selanjutnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.3.1 Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Return On Equity atau ROE digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Rasio ROA ini digunakan untuk mengukur perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki. Menurut Erfiana (2017) dan (Putri, 2015) menyatakan bahwa ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki hasil *Return on Equity* (ROE) tinggi maka semakin baik pula perusahaan dari sisi penggunaan asetnya. Salah satu daya tarik para investor adalah tingkat pengembalian.

Dengan tingkat pengembalian yang semakin besar, maka akan berdampak pada harga saham perusahaan di pasar modal, jika harga saham mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan naik. Dengan adanya peningkatan *Return on Equity* (ROE) ini nilai perusahaan akan semakin baik.

2.3.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah variabel selanjutnya yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Besar atau kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar pula nilai perluasannya yang dinilai dari total aktiva. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Reza & Dani, 2017) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. nilai perusahaan yang meningkat dapat dilihat dari total Aktiva yang mengalami peningkatan daripada total hutang perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menandakan bahwa perusahaan berkembang

dan bertumbuh dengan baik. Perusahaan dengan nilai pertumbuhan yang baik akan memudahkan perusahaan untuk memasuki pasar.

2.3.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi hubungan antara Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan.

Pada penelitian terdahulu mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan variabel moderasi. Didapatkan hasil bahwa banyak atau bahkan hampir semua penelitian menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE) yang menunjukkan hasil bahwa ROE dapat berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2014) dan Pratidina (2013) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Selain kinerja keuangan pada laporan keuangan, untuk mengundang banyak investor juga diperlukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena pada era saat ini calon investor tidak hanya melihat pada laporan keuangan dan merujuk pada laba saja namun juga pada kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan.

2.3.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi hubungan antara Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.

(Intan, 2017) menyatakan bahwa berdasarkan hasil statistik menunjukkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan ditolak. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sudana dan Arlindania (2011) dan Imron (2013) namun mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori legitimasi, dimana dalam penelitian

ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan tidak direspon oleh pihak investor. Perusahaan belum melakukan pengkomunikasian tanggung jawab sosial yang efektif dan tepat sehingga belum ditangkap sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan oleh pihak-pihak yang berkepentingan (Puspaningrum, 2014).

Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pauly et al., (2011) yang menjelaskan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*(CSR) perusahaan bukan merupakan fungsi langsung dari ukuran perusahaan. Semakin besar perusahaan tidak berarti pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus tinggi. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi efektif apabila diimbangi dengan komunikasi yang disesuaikan dengan ukuran suatu perusahaan. Perusahaan kecil sebaiknya menekankan pada komunikasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap bisnis inti perusahaan sedangkan perusahaan besar sebaiknya menekankan kepada peningkatan dan perluasan komunikasi pelaporan *Corporate Social Responsibility*(CSR). Selain itu terdapat indikasi bahwa para investor tidak perlu lagi melihat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilaksanakan oleh perusahaan karena terdapat jaminan yang tertera pada UU Perseroan Terbatas No 40 tahun 2007 yang mengatur setiap perusahaan untuk melakukan *Corporate Social Responsibility*(CSR) (Purwaningsih, 2013).

2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian yang disusun dengan kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan belum tentu benar dan harus dibuktikan kebenarannya melalui hipotesis. Adapun hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut:

H1: Return On Asset berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H3: Corporate Social Responsibility mampu memoderasi hubungan antara Kinerja Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.

H4: Corporate Social Responsibility mampu memoderasi hubungan antara Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

Sebagai gambaran dalam penyelesaian masalah maka diperlukan adanya kerangka teoritis yang terperinci, agar penelitian ini lebih terarah. Berdasarkan judul yang ditentukan. *“Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi”*. Maka dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

