

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu**

Informasi mengenai nilai perusahaan penting untuk diketahui oleh pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal. Hal ini telah menarik beberapa peneliti terdahulu untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian terdahulu akan dijadikan penulis sebagai dasar acuan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi”.

Review penelitian terdahulu yang pertama yaitu mengenai mekanisme kinerja keuangan yang diproksikan dengan profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Dhian Andanarini (2017) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015 menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham, sehingga dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, hal ini akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Casimira Susilaningrum (2016), Dewi & Suputra (2019), Akmalia et al. (2017) dan Hung Ngoc Dang et al. (2019). Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Rafid et al. (2017) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015 menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, penelitian tersebut didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmawati et al. (2015). Sedangkan hasil penelitian Thaib & Dewantoro (2017) yang dilakukan pada perusahaan transportasi laut yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015 menyebutkan bahwa

profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, penelitian tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Wiksuana (2017).

Review penelitian terdahulu selanjutnya mengenai mekanisme kinerja keuangan yang diproksikan dengan *leverage*. Hasil penelitian Setiawati & Lim (2017) yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015 menyebutkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut disebabkan semakin besar perusahaan menggunakan pendanaan yang diperoleh dari utang, maka akan berdampak pada tingkat efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi sehingga akan mempengaruhi besarnya nilai perusahaan. Penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Wiksuana (2017) dan Dhian Andanarini (2017) yang dilakukan pada sektor perusahaan yang sama yaitu manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode yang berbeda serta penelitian Pratama & Wiksuana (2016) yang dilakukan pada perusahaan sektor telekomunikasi. Berbeda dengan penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Hardiyanti & Dzulkirom (2017) pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Simetris & Darmawan (2019), Vidarani & Budiasih (2019) dan Sofiamira & Asandimitra (2017). Hasil penelitian Dewi & Suputra (2019) yang dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017 tidak konsisten dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Slehat Zaher (2020).

Hasil penelitian terdahulu mengenai mekanisme kinerja keuangan yang diproksikan dengan likuiditas. Penelitian yang dilakukan oleh Casimira Susilaningrum (2016) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014 menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh

positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena nilai likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada investor atau kreditur bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang menguntungkan sehingga menarik investor untuk memiliki perusahaan sehingga tingkat nilai perusahaan akan tinggi. Penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian Dhian Andanarini (2017). Berbeda dengan penelitian Rafid et al. (2017) dan Dewi & Ekadjaja (2020) yang dilakukan pada sektor perusahaan yang sama yaitu manufaktur dengan periode penelitian yang berbeda menunjukkan hasil dari penelitian tersebut bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Wenny et al. (2019) yang dilakukan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016 tidak konsisten dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Thaib & Dewantoro (2017).

Penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Setiawati & Lim (2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena perusahaan yang menerapkan CSR akan mendapatkan nilai positif dari investor dimana akan menyebabkan keinginan investor untuk berinvestasi. Selain itu, pengungkapan CSR pada perusahaan juga memicu kinerja para karyawan untuk meningkatkan kinerjanya serta membuat konsumen lebih tertarik untuk menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan yang telah memenuhi aturan sosial dan peduli terhadap isu sosial dan lingkungan. Sehingga penilaian positif tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wibowo et al. (2016), Murnita & Putra (2018) dan Tunpornchai & Hensawang (2018). Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yulandani et al. (2018) dan Yustisia Puspaningrum (2017) yang menyatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya mengenai *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi antara kinerja keuangan yang di proksikan dengan profitabilitas, *leverage* dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dhian Andanarini (2017), Casimira Susilaningrum (2016), dan Dewi & Suputra (2019) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rafid et al. (2017) dan Akmalia et al (2017) yang menyebutkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Wiksuana (2017) menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, dan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Casimira Susilaningrum (2016). Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian Dhian Andanarini (2017), Dewi & Suputra (2019) dan Vidarani & Budiasih (2019) yang menyebutkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Rafid et al. (2017) dan Casimira Susilaningrum (2016) menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dhian Andanarini (2017) yang menyebutkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)**

Teori sinyal adalah suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang (Brigham dan Houston, 2014). Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan

pemilik perusahaan dan informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Teori sinyal didasarkan pada asumsi atau pendapat bahwa manajemen dan pemegang saham tidak memiliki sumber informasi yang sama tentang perusahaan. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajemen perusahaan, sedangkan pemegang saham tidak mengetahui informasi tersebut, sehingga terdapat informasi yang asimetri antara manajemen perusahaan dan pemegang saham. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pihak eksternal menerima informasi tersebut, pihak eksternal terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Informasi positif yang diberikan kepada pihak investor memberikan sinyal akan prospek perusahaan dimasa yang akan datang dan akan berdampak pada naiknya harga saham. Ketika harga saham naik maka nilai perusahaan juga akan naik. Informasi yang diberikan dari perusahaan dapat digunakan oleh pasar sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan yang pada akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Secara garis besar teori sinyal erat kaitannya dengan ketersediaan informasi. Laporan keuangan dapat digunakan untuk mengambil keputusan bagi investor, laporan keuangan merupakan bagian terpenting dari analisis fundamental perusahaan. Penggunaan teori sinyal berupa informasi tingkat profitabilitas maupun kinerja keuangan terhadap aset atau juga berupa seberapa besar laba yang didapat dari aset yang digunakan, dengan demikian jika profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik dan investor juga akan tertarik untuk menginvestasikan dananya yang berupa surat berharga atau saham. Permintaan saham yang banyak maka harga saham akan meningkat dan nilai perusahaan akan meningkat.

### 2.2.2 Teori *Stakeholder*

Definisi *stakeholder* adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Dalam mengembangkan teori *stakeholder*, memperkenalkan konsep *stakeholder* dalam dua model, yaitu : (1) model kebijakan dan perencanaan bisnis, dan (2) model tanggung jawab sosial perusahaan dari manajemen *stakeholder*. Pada model pertama, fokusnya adalah mengembangkan dan mengevaluasi persetujuan keputusan strategis perusahaan dengan kelompok-kelompok yang dukungannya diperlukan untuk kelangsungan usaha perusahaan. Dapat dikatakan bahwa dalam model teori *stakeholder* ini berfokus pada cara-cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengelola hubungan perusahaan dengan *stakeholdernya*. Sementara dalam model kedua, perencanaan perusahaan dan analisis diperluas dengan memasukan pengaruh eksternal bagi perusahaan. Kelompok – kelompok ini memiliki kepentingan khusus berupa kepedulian terhadap permasalahan sosial.

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Kelangsunghan hidup suatu perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerfull stakeholder*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pegungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

### 2.2.3 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah gambaran suatu pencapaian perusahaan atau organisasi dalam melaksanakan program dan kebijakan dalam mewujudkan tujuan, sasaran, visi dan misi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Kinerja keuangan perusahaan pada dasarnya diperlukan sebagai alat untuk mengukur kesehatan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan digunakan sebagai media pengukur subyektif yang menggambarkan efektifitas penggunaan aset oleh suatu perusahaan dalam menjalankan bisnis utamanya dalam meningkatkan pendapatan selain itu kinerja keuangan juga sering dijadikan gambaran pokok tentang kondisi keuangan perusahaan yang kemudian di analisis dengan alat-alat analisa keuangan, sehingga dapat diketahui baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang kemudian akan mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Kinerja keuangan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel yaitu profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas yang mempengaruhi nilai perusahaan.

#### 2.2.3.1 Profitabilitas

##### a. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam presentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat tertentu atau periode tertentu. Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya.

Munawir (2012:77) mengemukakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (profit) yang berhubungan dengan total aktiva (total assets), penjualan (sales), dan modal

sendiri. Dengan demikian analisis profitabilitas merupakan hal yang sangat penting bagi investor jangka panjang karena dengan analisis profitabilitas pemegang saham akan melihat seberapa besar keuntungan yang akan didapatkan dalam bentuk dividen.

## b. Jenis-Jenis Profitabilitas

Sesuai dengan tujuan yang dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan.

### 1. Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

Profit Margin (*Profit Margin on Sales*) atau Rasio Profit Margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara penggunaan rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih dengan penjualan bersih, rasio ini juga dikenal dengan profit margin. Untuk margin laba kotor dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Net Sales} - \text{Cost Of Good Sold}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relative terhadap perusahaan dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan. Untuk margin laba bersih dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio



laba bersih (*net profit margin*) digunakan untuk mengukur besarnya laba bersih atau keuntungan bersih yang dicapai perusahaan dari sejumlah penjualan tertentu. Pengukuran ini adalah ukuran untuk mengukur presentase keuntungan perusahaan setelah dikurangi semua biaya dari pengeluaran termasuk bunga dan pajak.

## 2. *Return On Investment* (ROI)

Hasil pengembalian investasi atau yang lebih dikenal dengan nama *Return On Investment* (ROI) merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *Return On Investment* juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumus untuk mencari *Return On Investment* (ROI) adalah:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Investment}} \times 100\%$$

## 3. *Return On Assets* (ROA)

Hasil pengembalian aset atau yang lebih dikenal dengan nama *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan. *Return On Assets* juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola asetnya. Rumus untuk mencari *Return On Assets* (ROA) adalah :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

*Return On Assets* (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan untuk memperoleh keuntungan dengan jumlah keseluruhan aset yang tersedia. Dalam perusahaan, perhitungan ROA adalah semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. ROA

menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan.

#### 4. *Return On Equity* (ROE)

Hasi pengembalian ekuitas atau *Return On Equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri semakin tinggi rasio ini semakin baik. Hal ini berarti posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumus untuk mencari *Return On Equity* (ROE) adalah :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

*Return On Equity* (ROE) yaitu kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham preferen dan saham biasa. Pengukuran ini adalah ukuran pengembalian yang diperoleh pemilik atas investasi di perusahaan.

#### 5. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

Rasio laba per lembar saham atau disebut juga dengan rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain tingkat pengembalian yang tinggi. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Outstanding Shares}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini profitabilitas memilih untuk menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). ROA adalah rasio yang paling sering digunakan, karena mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. Semakin besar *Return On Assets* perusahaan maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asetnya.

### **c. Manfaat Profitabilitas**

Adapun beberapa manfaat dari penggunaan profitabilitas bagi perusahaan yang telah dijelaskan oleh Kasmir (2015:198) adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

### **2.2.3.2 Leverage**

#### **a. Pengertian *Leverage***

Menurut Kasmir (2015:151), *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). *Leverage* adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan melunasi utangnya. Semakin sedikit utang semakin rendah resiko keuangan (Prihadi, 2012:151).

## b. Jenis-Jenis *Leverage*

Menurut Kasmir (2015:199) terdapat beberapa jenis-jenis *leverage* yang dapat digunakan yaitu :

### 1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

*Debt to Asset Ratio* merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Seberapa besar aktiva dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

### 2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

*Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan membandingkan antara seluruh utang dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}}$$

### 3. *Long Term Debt to Equity Ratio* (LTDER)

*Long Term Debt to Equity Ratio* merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Utang Jangka Panjang}}{\text{Modal}}$$

#### 4. *Times Interest Earned (TIE)*

*Times Interest Earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Apabila perusahaan tidak mampu membayar bunga, dalam jangka panjang menghilangkan kepercayaan dari kreditur. Rasio ini menggunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang dikeluarkan. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Bunga}}$$

#### 5. *Fixed Charges Coverage (FCC)*

*Fixed Charges Coverage* atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned*. Perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang. Rasio dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Fixed Charges Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}$$

Dalam penelitian ini *leverage* diproksikan dengan rumus *Debt to Equity* (DER) yang membandingkan total utang dengan total ekuitas. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang.

### **c. Manfaat *Leverage***

Menurut Kasmir (2015:153), terdapat beberapa manfaat perusahaan menggunakan rasio *leverage* adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditur).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

### **2.2.3.3 Likuiditas**

#### **a. Pengertian Likuiditas**

Likuiditas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Pengertian likuiditas secara umum mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Dengan hal tersebut terdapat rasio likuiditas yang dapat digunakan pada perusahaan apakah perusahaan tersebut mampu (likuid) atau tidak mampu (likuid) dalam membayar kewajiban perusahaan tersebut. Rasio tersebut dirumuskan dengan cara membandingkan seluruh komponen yang ada di aktiva lancar dengan komponen di pasif lancar (utang jangka pendek).

## b. Jenis – Jenis Likuiditas

Ada beberapa rasio likuiditas yang dapat digunakan, antara lain sebagai berikut:

### 1. Rasio Lancar ( *Current Ratio* )

Rasio ini dihitung dengan cara membagi nilai aktiva lancar dengan utang lancar. Semakin besar hasil nilai rasio maka akan semakin lancar perusahaan untuk memenuhi kewajibannya.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

### 2. Rasio Cepat ( *Quick Ratio* )

Rasio cepat adalah selisih aktiva lancar dengan inventory terhadap utang lancar. Rasio cepat dihitung dengan cara membagi nilai aktiva lancar setelah dikurangi nilai inventory dan utang lancar. Semakin besar rasio cepat, maka akan semakin cepat perusahaan bisa memenuhi semua kewajibannya.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

### 3. Rasio Kas ( *Cash Ratio* )

Rasio kas adalah rasio yang membandingkan antara kas dan aset lancar yang bisa segera menjadi uang kas dengan utang lancar. Aset lancar yang segera bisa menjadi uang kas adalah efek atau surat berharga. *Cash ratio* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} - \text{Sekuritas Pasar}}{\text{Utang Lancar}}$$

Berdasarkan paparan diatas, Penulis menggunakan rumus *current ratio* karena rasio yang paling umum digunakan untuk menganalisis posisi modal kerja suatu perusahaan adalah *current ratio*, yaitu sebuah perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar yang segera dapat dijadikan uang untuk hutang jangka pendek.

### **c. Manfaat Likuiditas**

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo pada saat ditagih
2. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
3. Sebagai alat perencanaan kedepan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan hutanh.
4. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya dengan untuk beberapa periode.

## **2.2.4 Nilai Perusahaan**

### **a. Pengertian Nilai Perusahaan**

Menurut Brigham dan Hausten (2014:133) mengatakan jika ingin memaksimalkan nilai suatu perusahaan, maka harus memanfaatkan kekuatan dan memperbaiki kelemahan yang ada pada suatu perusahaan tersebut. Menurut Sartono (2010:9) nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Suatu perusahaan bisa dikatakan memiliki nilai perusahaan yang baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan itu sendiri dapat tercermin dari harga sahamnya, apabila nilai saham tinggi maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan juga akan baik. Sebab tujuan utama suatu perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan



kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan di presentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset. Bagi investor nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

## **b. Jenis-jenis Perhitungan Nilai Perusahaan**

Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai perusahaan, diantaranya adalah sebagai berikut :

### 1. *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham. Rumusnya adalah :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga saham per lembar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

### 2. *Price to Book Value* (PBV)

Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Rumusnya adalah :

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

### 3. *Earning Per Share* (EPS)

Merupakan perbandingan antara laba yang tersedia bagi para pemegang saham biasa dengan jumlah saham biasa yang beredar. Rumusnya adalah :

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba yang tersedia bagi pemegang saham biasa}}{\text{Jumlah saham biasa yang beredar}}$$

#### 4. Tobin's Q

Rasio ini merupakan perbandingan antara *equity market value* ditambah *debt* dengan *book value equity* ditambah dengan hutang (*debt*). Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{EMV} + \text{D}}{\text{EBV} + \text{D}}$$

*Equity Market Value* (EMV) diperoleh dari hasil perkalian *closing price* x jumlah saham yang beredar. *Book Value Equity* (EBV) diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan total kewajibannya.

Tobin's Q adalah rasio yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini. Karena rasio Tobin's Q dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan.

**Tabel 2.1 Tobin's Q**

Q	Keterangan
>1	Maka menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, sehingga akan merangsang investor baru.

<1	Maka investasi dalam aktiva dianggap tidaklah menarik atau berada pada industry yang mulai melemah.
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

### 2.2.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

#### a. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *World Business Council in Sustainable Development*, *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas hidup karyawan serta keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Dengan demikian keterkaitan perusahaan dengan lingkungan sosial sekitarnya mengharuskan dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan, sehingga dengan *Corporate Social Responsibility* perusahaan entitas bisnis bisa meminimalkan dampak negatif serta memaksimalkan dampak positif oprasionalnya, bagi seluruh pemangku kepentingan terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan dengan masyarakat, investasi sosial dan citra perusahaan di mata public untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Nurdizal, 2011:15).

Pada setiap aktivitas bisnisnya perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya, dampak dari interaksi tersebut mengharuskan adanya timbal balik antara perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. Sejalan dengan perusahaan yang mempekerjakan tenaga kerja dan komunitas yang ada, maka perusahaan akan bertanggungjawab pula untuk menghasilkan profit dan mengembalikan sebagian profit tersebut kepada masyarakat sekitar khususnya.

Menurut konsep Philip Kotler tersebut, CSR yaitu sesuatu yang harus dilaksanakan jika tidak akan berakibat buruk pada perusahaan tersebut. Pada konsep tersebut CSR dilaksanakan hanya sebagai hal yang perlu dilakukan bukan sebuah kewajiban maupun sebuah peraturan yang diharuskan. Lain

dengan di Indonesia sekarang, pelaksanaan CSR adalah suatu aktivitas yang wajib dilakukan yang juga telah diatur dalam undang-undang perseroan.

Tanggung jawab sosial merupakan perluasan tanggung jawab perusahaan dari tanggung jawab ekonomi atas pengelolaan dana yang diinvestasikan, yang pelaksanaannya disampaikan dalam laporan keuangan, menjadi tanggung jawab sosial dan lingkungan yang pelaksanaannya disampaikan melalui laporan tanggung jawab sosial (*sustainability reporting*). Penerapan CSR dalam perusahaan-perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan atau CSR perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

#### **b. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau CSR dapat diteliti berdasarkan laporan GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI adalah pelaporan atau pengungkapan standar yang berindikator tanggung jawab sosial yang diemban oleh perusahaan untuk menciptakan atau memberikan manfaat pelaporan bagi *stakeholder* perusahaan. Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk. Total indikator kinerja yang digunakan dalam penelitian ini mencapai 91 indikator, terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan hidup, 16 indikator tenaga kerja, 12 indikator HAM, 11 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator produk.

$$\text{CSRI} = \frac{X_{ij}}{N}$$

### c. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ada beberapa manfaat CSR bagi perusahaan menurut Mardikanto (2014), yaitu sebagai berikut :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara social
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mereduksi biaya misalnya terkait dampak pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan

## 2.3 Hubungan Antar Variabel

### 2.3.1 Pengaruh Kinerja Keuangan Yang diproksikan dengan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan dari perusahaan dalam memperoleh maupun menghasilkan laba dengan menggunakan sejumlah modal pada periode waktu yang ditentukan. Sebuah perusahaan dikatakan lebih efisien menggunakan modalnya daripada perusahaan lain apabila mampu menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, semakin tinggi pula ROA, hal ini akan membuat investor tertarik menanamkan modal atau berinvestasi di perusahaan karena salah satu alasan investor menanamkan

modal adalah untuk mencari keuntungan dengan melihat tingkat profitabilitas perusahaan. Semakin banyak investor yang ingin menanamkan modal diperusahaan membuat permintaan saham semakin meningkat hal ini dapat memicu kenaikan harga saham yang semakin tinggi yang akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dhian Andanarini (2017), Casimira Susilaningrum (2016), Dewi & Suputra (2019), Akmalia et al. (2017) dan Hung Ngoc Dang et al. (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

**H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.**

### **2.3.2 Pengaruh Kinerja Keuangan Yang diproksikan dengan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan.**

Perusahaan yang menggunakan utang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Penggunaan utang memiliki risiko yang cukup besar jika tidak terbayarnya utang, sehingga penggunaan utang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Prasetyorini, 2013). Perusahaan yang menggunakan sumber dana dari utang harus mempertimbangkan kemampuannya untuk melunasi kewajiban tetapnya.

*Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola utangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali utangnya. Ketika perusahaan mampu mengoptimalkan utangnya maka hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* dalam penelitian dapat diukur dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*. DER yang tinggi akan memperlihatkan tingkat utang yang nilai utang yang besar, dengan utang yang besar, dimana utang itu dapat dijadikan kodan untuk memutar kegiatan perusahaan untuk mendapatkan laba yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh hasil

penelitian Setiawati & Lim (2017), Wulandari & Wiksuana (2017), Pratama & Wiksuana (2016) dan Dhian Andanarini (2017) yang menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

**H<sub>2</sub> : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.**

### **2.3.3 Pengaruh Kinerja Keuangan Yang diproksikan dengan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.**

Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor karena perusahaan mampu untuk memenuhi kewajibannya. Semakin tinggi likuiditas perusahaan, semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat. Maka, minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan akan meningkat.

Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi berarti saham saham perusahaan tersebut banyak diminati investor sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian oleh Casimira Susilaningrum (2016), Dhian Andanarini (2017) dan Holili (2017) yang menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dan penelitian sebelumnya maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

**H<sub>3</sub> : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.**

#### **2.3.4 Kemampuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Memoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan Yang diproksikan dengan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.**

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi pada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dhian Andanarini (2017), Casimira Susilaningrum (2016), dan Dewi & Suputra (2019) menyatakan bahwa CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil yang dapat memberikan arti bahwa para investor di Indonesia telah mempertimbangkan laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan investasi. Selain sebagai alat legitimasi untuk menciptakan citra perusahaan, kegiatan CSR juga dapat digunakan sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan karena dapat menarik konsumen. Apabila perusahaan memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik, maka akan mempengaruhi kepercayaan investor sehingga direspon positif melalui peningkatan harga saham perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dan penelitian sebelumnya maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

**H<sub>4</sub> : CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan yang diproksikan oleh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.**



### **2.3.5 Kemampuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Memoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan Yang diproksikan dengan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan.**

Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Meskipun tingkat utang yang dimiliki perusahaan tersebut tinggi, tetapi terdapat hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders* serta mampu memberikan informasi sosial perusahaan yang baik maka perusahaan tersebut diduga mampu meningkatkan nilai perusahaan walaupun mempunyai tingkat ketergantungan yang tinggi pada utang. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Wulandari & Wiksuana (2017) dan Casimira Susilaningrum (2016) yang menyebutkan bahwa CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dan penelitian sebelumnya maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

**H<sub>5</sub> : CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan yang diproksikan oleh *leverage* terhadap nilai perusahaan.**

### **2.3.6 Kemampuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Memoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan Yang diproksikan dengan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.**

*Current ratio* merupakan proksi likuiditas yang digunakan dalam penelitian ini. Pengungkapan CSR diharapkan dapat memberikan kesan positif bagi investor, bahwa perusahaan menunjukkan kepeduliannya kepada lingkungan dan masyarakat. Secara logis, pelaksanaan CSR tentunya memerlukan biaya. Apabila perusahaan memiliki dana untuk melakukan CSR tentunya perusahaan juga telah mempertimbangkan dana untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, di mana kewajiban jangka pendek merupakan kewajiban yang harus segera dilunasi oleh perusahaan. Semakin tinggi *current ratio* (CR) menunjukkan semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk melunasi

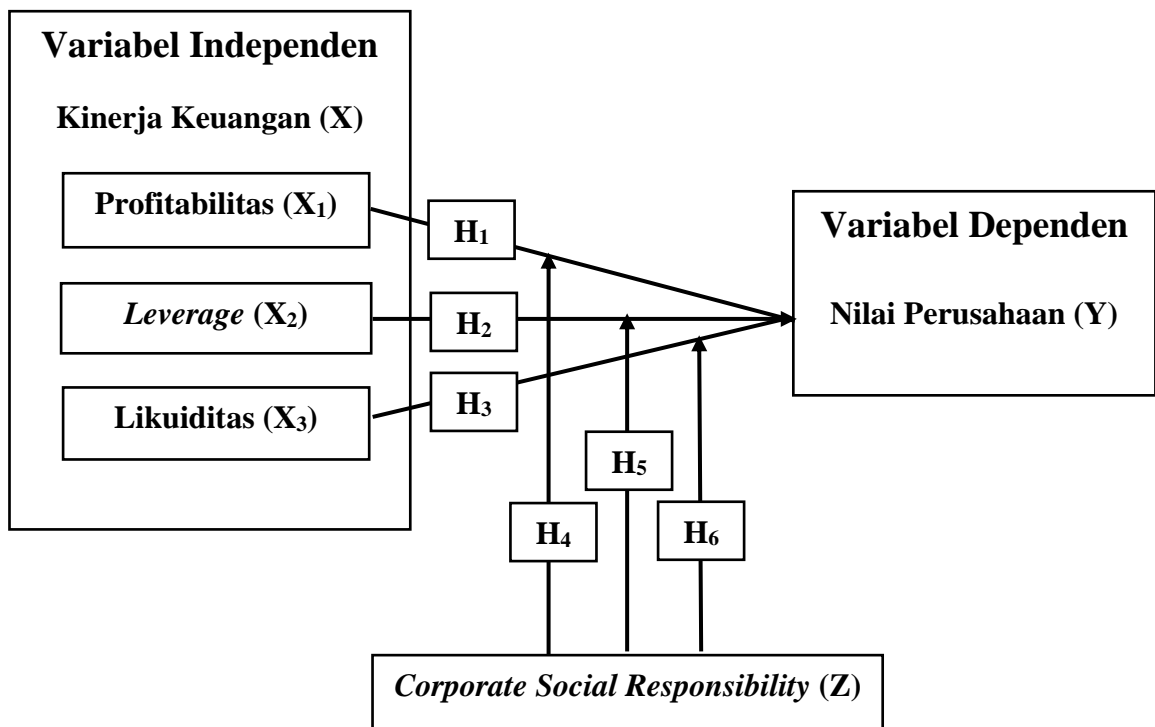
kewajiban jangka pendeknya. Tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang baik sehingga akan menambah permintaan saham dan tentunya akan menaikkan harga saham. Kenaikan harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Rafid et al. (2017) dan Casimira Susilaningrum (2016) yang menyatakan bahwa CSR mampu memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dan penelitian sebelumnya maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

**H<sub>6</sub> : CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan yang diproksikan oleh likuiditas terhadap nilai perusahaan.**

## 2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat diambarkan dalam paradigma sederhana dengan tiga rasio pada variabel independent, satu variabel dependen dan satu variabel moderasi, yaitu sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



Dari kerangka konseptual diatas, penulis bermaksud untuk meneliti pengaruh variabel independen yaitu kinerja keuangan yang diprosikan oleh tiga rasio yaitu profitabilitas, *leverage* dan likuiditas terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan melalui variabel moderasi yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tujuan utama suatu perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Sehingga nilai perusahaan merupakan sumber acuan bagi investor untuk analisis perusahaan sebelum mengambil keputusan untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut.