

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan tema penelitian ini tertuang dalam beberapa jurnal sebagai berikut :

Penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti, penelitian pertama dilakukan oleh Miranty Nurhayati dan Henny Medyawati (2012), mahasiswa fakultas ekonomi, Universitas Gunadarma pada Jurnal Akuntansi Volume 1, Nomor 13, Oktober 2012 dengan Judul Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar dalam LQ45 pada tahun 2009-2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan GCG tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian berikutnya yang serupa juga dilakukan oleh Alfredo Mahendra DJ (2011), mahasiswa pascasarjana, Universitas Udayana, dengan judul Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (kebijakan dividen sebagai variabel moderating) pada Perusahaan Manufaktur di BEI periode 2006-2009. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam membayar dividen kepada pemegang saham, maka hal tersebut juga akan berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian berbeda diperoleh oleh Iionna Elisabeth Telepta (2011), mahasiswa jurusan akuntansi STIE Perbanas pada skripsi berjudul Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dalam penelitian tersebut ROE tidak bisa digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, dikarenakan perusahaan

tidak mampu memenuhi tingkat keuntungan untuk tingkat pengembalian yang harusnya diterima oleh para pemegang saham.

Penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Sandhika Cipta Bidhari, Ubud Salim, dan Siti Aisjah (2013) Faculty of Economic and Business, Brawijaya University pada *European Journal of Business and Management Vol.5, No.18, 2013*, dengan judul *Effect of Corporate Social Responsibility Information Disclosure on Financial Performance and Firm Value in Banking Industry Listed at Indonesia Stock Exchange*. Penelitian ini menganalisis dan menjelaskan pengaruh pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan pada kinerja keuangan dan nilai perusahaan dalam industri perbankan di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan informasi tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian serupa juga diperoleh oleh Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami (2008), mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 7, Nomor 2, September 2008*, dengan judul *Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Nilai Perusahaan*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya.

Hasil penelitian berbeda diperoleh oleh Reny Dyah Retno dan Denies Priantinah (2012), mahasiswa fakultas ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, pada *Jurnal Nominal Volume 1 Nomor 1 Tahun 2012*, dengan judul *Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI Periode 2007-2010*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Hal ini dikarenakan kualitas Pengungkapan CSR masih rendah dan belum mengikuti standar GRI.

Hasil penelitian yang mendukung penelitian tersebut juga diperoleh oleh Martin Surya Mulyadi dan Yunita Anwar (2012), mahasiswa Binus university, Jakarta, Indonesia pada *The Business Review, Cambridge Volume 19, No.2, 2012*

dengan judul *Impact of Corporate Social Responcibility Toward Firm Value and Profitability*. Penelitian ini menganalisis dan menjelaskan pengaruh pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan pada nilai perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2 Kinerja Keuangan

2.2.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Berdasarkan pengelompokan sebuah perusahaan, manajemen biasanya menetapkan sasaran yang akan dicapai di masa yang akan datang dalam proses yang disebut memerlukan pengendalian agar efektif dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Dalam setiap perusahaan dilakukan penilaian, pengendalian yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dapat berupa penilaian kinerja atau prestasi seorang manajer, dengan cara menilai dan membandingkan data keuangan perusahaan selama periode berjalan. Dalam hal ini penilaian kinerja seorang manajer dapat diukur berdasarkan hasil laporan keuangan yang disajikan.

Menurut Fahmi (2011 : 2) Kinerja Keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan secara baik dan benar. Sedangkan menurut Husnan dan Padjiastuti (2008 :200),seorang analis keuangan memerlukan ukuran tertentu, yang paling sering digunakan adalah rasio atau indeks yang menunjukkan hubungan antara data keuangan.

Menurut Munawir (2010:30), kinerja keuangan perusahaan merupakan satu diantara dasar penilaian mengenai kondisi keuangan perusahaan yang dilakukan berdasarkan analisa terhadap rasio keuangan perusahaan.Untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan dapat digunakan berbagai macam alat analisis, antara lain :

- a. Analisis rasio keuangan digunakan untuk menilai kondisi keuangan dan prestasi keuangan.

- b. Analisis kesehatan keuangan perusahaan (analisis diskriminan) digunakan untuk mengingatkan akan masalah keuangan yang mungkin membutuhkan perhatian yang serius dan menyediakan petunjuk untuk bertindak.
- c. Analisis Du Pont merupakan pendekatan terpadu terhadap analisis rasio keuangan, sering digunakan untuk pengendalian divisi.
- d. Analisis Horizontal dan Vertikal digunakan sebagai perbandingan laporan keuangan.
- e. Analisis sumber dana dan penggunaan dana menyediakan latar belakang Historis dari pola aliran dana.
- f. Analisis kinerja dengan metode Economic Value Added (EVA). Eva merupakan indikator tentang adanya penambahan nilai dari suatu investasi.

Dari beberapa pernyataan di atas atau berbagai macam alat analisis tersebut dapat menghitung nilai kinerja keuangan perusahaan berdasarkan data laporan keuangan.

2.2.2 Metode Pengukuran Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan sebuah perusahaan lebih banyak diukur berdasarkan rasio-rasio keuangan selama satu periode tertentu. Pengukuran berdasarkan rasio keuangan ini sangatlah bergantung pada metode atau perlakuan akuntansi yang digunakan dalam menyusun laporan keuangan perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan berdasarkan analisis rasio keuangan dapat dikelompokkan menjadi 5 jenis berdasarkan ruang lingkungannya, yaitu : (Ang, 2007:18)

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek. Rasio Likuiditas terdiri dari : *Current Ratio, Quick Ratio, Cash Turn Over, Net Working Capital.*

2. Rasio Solvabilitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Rasio Solvabilitas terdiri dari : *Debt Ratio, Debt to equity ratio, Long Term Debt To Equity Ratio, Long Term Debt to Capitalization*

Ratio, Times Interest Earned, Cash Flow Interest Coverage, Cash Flow to Net Income, dan Cash Return on Sales.

3. Rasio Aktivitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan harta yang dimilikinya . Rasio Aktivitas terdiri dari : *Total Asset Turnover, Fixed Asset Turnover, Account Receivable Turnover, Inventory Turnover, Average Collection Period, dan Day's Sales in Inventory.*

4. Rasio Rentabilitas /Profitabilitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio rentabilitas terdiri dari : *Gross Profit Margin, Net Profit Margin, Return on Assets, Return on Equity, dan Operating Ratio.*

5. Rasio Pasar

Rasio ini menunjukkan informasi penting perusahaan dan diungkapkan dalam basis per saham . Rasio pasar terdiri dari : *Dividend Yield, Dividend Per Share, Dividend Payout Ratio, Price Earning Ratio, Earning Per Share, Book Value Per Share , Price to Book Value.*

Dari kelima rasio tersebut yang digunakan sebagai alat ukur untuk kepentingan analisis kinerja keuangan dalam penelitian ini adalah rasio profitabilitas, dan rasio profitabilitas yang dipakai yaitu Return On Equity (ROE).

2.2.3 Analisis Rasio Keuangan

Menurut James C van Horne dalam buku Kasmir (2011 : 104) ,analisis rasio keuangan adalah indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan

Menurut munawir (2010 : 64) analisis rasio keuangan adalah salah satu teknik analisis laporan keuangan yang menggambarkan hasil perbandingan antara pos satu dengan pos lainnya dengan menunjukkan keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan dalam rangka mengukur kinerja keuangan perusahaan. Analisis rasio keuangan digunakan perusahaan untuk mengetahui tingkat likuiditas,

solvabilitas, aktivitas dan profabilitas yang nantinya digunakan sebagai dasar pengukuran kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Harahap (2010:297), rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan suatu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan (berarti). Sedangkan menurut Kasmir (2011:104), rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya.

Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada di antara laporan keuangan. Kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode.

2.2.4 Tujuan dan Manfaat Analisis Rasio Keuangan

Pada umumnya rasio keuangan digunakan oleh tiga kelompok utama yaitu pemakai laporan keuangan yaitu manajer perusahaan, analisis kredit dan analisis saham. Manfaat rasio keuangan bagi ketiga kelompok utama tersebut menurut Brigham dan Houston (2006 : 119) adalah sebagai berikut :

1. Manajer yang menerapkan rasio untuk membantu menganalisis, mengendalikan, dan kemudian meningkatkan operasi perusahaan.
2. Analisis kredit termasuk petugas pinjaman bank untuk membantu memutuskan kemampuan perusahaan untuk membayar utang – utangnya.
3. Analisis saham yang tertarik pada efisiensi, risiko dan prospek pertumbuhan perusahaan sebagai pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Sedangkan tujuan dari rasio keuangan adalah untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan – penyimpangan dengan cara membandingkan rasio keuangan dengan tahun- tahun sebelumnya.

2.2.5 Keunggulan dan Keterbatasan Rasio Keuangan

Menurut Harahap (2010 : 189) , analisis rasio keuangan ini memiliki keunggulan dibanding teknik analisis lainnya, keunggulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Rasio merupakan angka- angka atau ikhtisar statistik yang lebih mudah dibaca dan ditafsirkan.
2. Mengetahui posisi perusahaan ditengah industri lain.
3. Sangat bermanfaat untuk bahan dalam pengambilan keputusan model prediksi.
4. Lebih mudah memperbandingkan perusahaan dengan perusahaan lain atau melihat perkembangan perusahaan secara periodik atau time series.

Disamping keunggulan yang dimiliki, analisis rasio juga memiliki beberapa keterbatasan yang harus disadari sewaktu penggunaannya agar tidak salah dalam penggunaannya. Adapun keterbatasan analisis rasio adalah :

1. Data keuangan yang disusun dari data akuntansi ditafsirkan dengan berbagai macam cara, seperti dalam metode penyusutan dan penilaian sediaan yang berbeda.
2. Adanya manipulasi data, artinya dalam menyusun data, pihak penyusun tidak jujur dalam memasukkan angka-angka ke laporan rasio keuangan, sehingga tidak menunjukkan hasil yang sesungguhnya.
3. Perlakuan pengeluaran untuk biaya – biaya antara yang satu dengan perusahaan lainnya berbeda. Misalnya biaya riset dan pengembangan, biaya perencanaan pensiun, dan jaminan kualitas barang jadi.

2.3 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.3.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengertian CSR menurut Johnson dan Johnson, dalam Nor Hadi (2011:46) menyatakan bahwa : “ *CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society*“ . Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Ghana dalam Elvinaro dan Dindin (2011:37) mendefinisikan CSR sebagai berikut “*CSR is about capacity building for sustainable livelihood. It respect cultural differences and finds the bussines opportunities in building the skill of employees, the community and the government*”. Definisi ini memberikan penjelasan secara lebih dalam bahwa sesungguhnya CSR membangun kapasitas yang kemungkinan berkelanjutan. CSR menghargai perbedaan budaya dan menemukan peluang-peluang bisnis dalam membangun keterampilan, komunitas dan pemerintah.

Pengertian CSR menurut Steiner dan Steiner (2009) dalam Andreas Lako (2011:212) “CSR adalah tanggungjawab dari suatu korporasi untuk menghasilkan kekayaan dengan cara-cara yang tidak membahayakan, melindungi atau meningkatkan aset-aset sosial (*societal assets*). Sedangkan pengertian CSR menurut Anne dan James (2011:45) “*Corporate social responsibility is the idea that businesse interact with the organization’s stakeholders for social good while they pursue economic goals*”.

Sebuah definisi yang lebih luas dikemukakan oleh *World Bussines Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak di bidang “pembangunan

bekelanjutan” (*sustainable development*) menyatakan bahwa “CSR adalah merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya”.

2.3.2 Prinsip – prinsip Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Yusuf Wibisono (2007:39), prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut :

1. Prioritas Korporat
Mengakui tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi korporat dan penentu utama pembangunan berkelanjutan. Dengan begitu korporat bisa membuat kebijakan, program dan praktek dalam menjalankan bisnisnya dengan cara yang bertanggungjawab secara sosial.
2. Manajemen Terpadu
Mengintegrasikan kebijakan, program dan praktek ke dalam setiap kegiatan bisnis sebagai salah satu unsur manajemen dalam semua fungsi manajemen.
3. Proses Perbaikan
Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program dan kinerja sosial korporat, berdasar temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional.
4. Pendidikan Karyawan
Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta memotivasi karyawan.
5. Pengkajian
Melakukan kajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup satu fasilitas atau meninggalkan lokasi pabrik.
6. Produk dan Jasa
Mengembangkan produk dan jasa yang berdampak positive secara sosial.

7. Informasi Publik

Memberi informasi dan (bila diperlukan) mendidik pelanggan, distributor dan publik tentang penggunaan aman, transportasi, penyimpanan dan pembuangan produk, dan begitu pula dengan jasa.

8. Fasilitas dan Operasi

Mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak sosial.

9. Penelitian

Melakukan atau mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi, dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana untuk mengurangi dampak negatif.

10. Prinsip Pencegahan

Memodifikasi manufaktur, pemasaran atau penggunaan produk atau jasa, sejalan dengan penelitian mutakhir, untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.

11. Kontraktor dan Pemasok

Mendorong penggunaan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial korporat yang dijalankan kalangan kontraktor dan pemasok, disamping itu bila diperlukan mensyaratkan perbaikan dalam praktis bisnis yang dilakukan kontraktor dan pemasok.

12. Siaga menghadapi darurat

Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan berbahaya bekerjasama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang dan komunitas lokal. Sekaligus mengenali potensi bahaya yang muncul.

13. *Transfer Best Practice*

Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.

14. Memberi sumbangan

Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen pemerintah serta

lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial.

15. Keterbukaan

Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan publik, mengantisipasi dan member respon terhadap *potential hazard*, dan dampak operasi, produk, limbah atau jasa.

16. Pencapaian dan Pelaporan

Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, pekerja, publik.

2.3.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR yang dilakukan perusahaan sebagai suatu bentuk kearifan moral perusahaan memiliki pengaruh yang lebih luas dari perusahaan kepada masyarakat untuk keuntungan perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan (Jones dalam Saktiyanti dan Irvan (2006: 27)). Tentu banyak manfaat yang dapat diperoleh masyarakat sekitar, diantaranya perluasan lapangan kerja, pelayanan public yang lebih baik, seperti pelayanan kesehatan, pendidikan, Sementara itu, CSR juga akan memberikan manfaat dengan menciptakan dan melestarikan lingkungan dan sumber daya yang ada ke arah yang lebih baik.

Namun CSR yang diterapkan tidak hanya memberi manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, melainkan juga bermanfaat bagi perusahaan. Telah disinggung sebelumnya, bahwa penerapan CSR akan berimbas dan mempengaruhi keberlanjutan usaha. Menurut Wibisono (2007: 84-87), manfaat CSR bagi perusahaan diantaranya :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan.
Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan, begitupun sebaliknya, kontribusi positif juga akan mendongkrak reputasi dan *image* positif perusahaan.

2. Layak mendapatkan *social license to operate*.
Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan *benefit* dari keberadaan perusahaan, maka sangat logis jika mereka memberi suatu 'imbalan', sebagai wujud rasa terima kasih mereka.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan
Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial bagi suksesnya usaha.
4. Melebarkan akses sumber daya
Track record yang baik dalam pengelolaan *CSR* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju *market*
Investasi yang ditanamkan untuk program *CSR* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar.
6. Mereduksi biaya
Menghemat biaya melalui upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang ke dalam siklus produksi.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
Implementasi program *CSR* tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan *regulator*
Perusahaan yang menerapkan *CSR* pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai *regulator*. Sebab pemerintah yang menjadi penanggung jawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
Kesejahteraan yang diberikan para pelaku *CSR* umumnya sudah jauh melebihi *standard* normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan, oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.

10. Peluang mendapatkan penghargaan

Banyak penghargaan yang ditawarkan bagi penggiat *CSR*, sehingga kans untuk memenangkan *reward* atau penghargaan tersebut cukup besar.

Dengan melaksanakan *CSR* secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi-bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. *CSR* tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha.

2.3.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengungkapan *CSR* yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada *stakeholder* maupun para pemegang saham (*shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima tentang perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Kurnianto, 2011).

Pengungkapan *CSR* memiliki manfaat yang sangat menguntungkan perusahaan karena dengan pengungkapan *CSR* banyak pihak yang akan mengetahui tentang perusahaan tersebut sehingga konsumen akan cenderung menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Akhirnya penjualan produk meningkat sehingga laba yang diperoleh perusahaan meningkat. Selain itu, para investor pun juga akan semakin tertarik menanamkan modal pada perusahaan tersebut karena investor dapat menilai perusahaan itu seperti apa dilihat dari pengungkapan *CSR* nya.

Agar praktik *CSR* yang dilakukan dapat diketahui oleh para *stakeholdernya*, perusahaan harus melakukan pengungkapan atas praktik *CSR*-nya. Pengungkapan praktik-praktik *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan

menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial alam pertanggungjawaban perusahaan kedalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* ataupun *Social Responcibility Accounting* (Indira et al. 2005).

Dalam penelitian ini pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan CSR *Disclosure Indeks* (CSRDI). Instrumen ini mengacu pada instrumen berdasarkan *www.globalreporting.org* yang mengelompokkan informasi CSR kedalam kategori yaitu *economic*, *environmental*, *labor practices*, *human rights*, *society*, dan *product responsibility*. Total item CSR sebanyak 79. Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi *score* 1 jika diungkapkan, dan *score* 0 jika tidak diungkapkan. Rumus yang dipergunakan dalam perhitungan CSRDI, yaitu :

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility disclosure Indeks* perusahaan j

X_{ij} : Nilai 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j.

Indeks pengungkapan CSR berdasarkan standar indikator GRI (*Global Reporting Initiative*), yaitu sebagai berikut :

- a) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- b) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- c) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance*)
- d) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
- e) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- f) Indikator Kinerja Produk (*product responcibility performance indicator*)

2.3.5 Pelaporan Program *Corporate Social Responsibility*

Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan memiliki berbagai dampak terhadap lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan. Saat ini perusahaan dituntut untuk mengelola dampak kegiatan perusahaan agar memungkinkan terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Pembangunan berkelanjutan tentunya hanya akan dapat diraih bila perusahaan dapat mengelola dampak operasi mereka pada tiga tataran dampak, yakni ekonomi, sosial dan lingkungan.

Saat ini berbagai perusahaan multinasional baik yang bergerak dibidang manufaktur, perdagangan, maupun jasa mengumumkan *corporate social responsibility* beserta dampak yang ditimbulkannya terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan dalam sebuah *sustainability report*. Mereka menggunakan kerangka *sustainability report* yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang ditimbulkan operasi perusahaan menurut *Global Reporting Initiative* (2008: 25-36) adalah sebagai berikut :

1. Dampak Ekonomi

Dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan akan mempengaruhi para pemangku kepentingan dan sistem ekonomi baik lokal, nasional maupun pada tingkat global. Dalam kaitan ini *Global Reporting Initiative* (GRI) menelompokkan adanya dua jenis dampak ekonomi, yakni dampak ekonomi langsung dan dampak ekonomi tidak langsung.

GRI mendefinisikan dampak ekonomi langsung sebagai perubahan potensi produktif dari kegiatan ekonomi yang dapat mempengaruhi kesejahteraan komunitas atau para pemangku kepentingan dan prospek pembangunan dalam jangka panjang. Sedangkan yang dimaksud dengan dampak ekonomi tidak langsung adalah konsekuensi tambahan yang muncul sebagai akibat pengaruh langsung transaksi keuangan dan aliran uang antara organisasi dan para pemangku kepentingan.

GRI menyebutkan adanya tiga aspek yang harus dikaji untuk mengukur dampak ekonomi dari operasi perusahaan. Ketiga aspek tersebut adalah :

- a. Kinerja ekonomi
- b. *Market Presence*

c. *Indirect Economic Effect.*

2. Dampak Sosial

GRI membagi dampak sosial kedalam empat kategori, yaitu :

- a. Hak Asasi Manusia
- b. Tenaga Kerja
- c. Masyarakat
- d. Tanggung Jawab Produk

3. Dampak Lingkungan

GRI menjabarkan dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan menjadi tiga struktural dampak, yaitu dampak yang diakibatkan oleh pemakaian input produksi, output produksi, yang diakibatkan oleh perusahaan. Energi, air, dan material merupakan tiga tipe input standar yang banyak digunakan oleh berbagai jenis perusahaan. Selain ketiga jenis input tersebut, aspek keanekaragaman hayati (*Biodiversity*) juga memiliki hubungan yang sangat erat dengan input, sepanjang input tersebut berasal dari sumber daya alam .

Pada proses konversi dari input menjadi output terdapat berbagai dampak yang dapat dikategorikan menjadi tiga kategori utama, yakni emisi, effluents dan limbah. Sedangkan modus dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan mencakup berbagai aspek, seperti transportasi serta produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan yang dapat memberikan dampak lanjutan terhadap lingkungan. Dampak produk dan jasa terhadap lingkungan biasanya melibatkan pihak lain.

Dampak yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan terhadap lingkungan yang dinyatakan dalam tiga struktur dampak, selanjutnya dijabarkan kembali oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) kedalam sembilan aspek sebagai berikut :

- a. Aspek bahan baku
- b. Aspek Energi
- c. Aspek Air
- d. Aspek Keanekaragaman Hayati
- e. Aspek emisi, effluents, dan limbah

- f. Aspek produk dan jasa
- g. Aspek Kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku dibidang lingkungan hidup.
- h. Aspek Transportasi
- i. Aspek Lingkungan menyeluruh

2.4 Nilai Perusahaan

2.4.1 Pengertian Nilai perusahaan

Menurut Aries (2011:158) nilai perusahaan merupakan hasil kerja manajemen dari beberapa dimensi diantaranya adalah arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan dan biaya modal perusahaan. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas.

Menurut Harmono (2009:1), nilai perusahaan merupakan ukuran nilai objektif oleh public dan orientasi pada kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan Pengertian nilai perusahaan menurut Nica Febrina (2010: 5) adalah nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya.

Menurut Sartono (2010 : 487), Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham adalah kemampuan perusahaan membayar deviden (Matono dan Harjito, 2005 : 3). Semakin tinggi pembayaran deviden, maka akan semakin memakmurkan para pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham juga akan meningkat apabila harga saham yang

dimilikinya meningkat (Sartono, 2010 : 11). Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemiliknya juga akan meningkat.

2.4.2 Tujuan Nilai perusahaan

Untuk bisa mengambil keputusan-keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu menentukan tujuan yang harus dicapai. Keputusan yang benar adalah keputusan yang akan membantu mencapai tujuan tersebut. Secara normatif tujuan keputusan keuangan tersebut adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Husnan, 2008 : 4)

Tujuan suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilakukan dengan memaksimalkan harga saham biasa perusahaan. Istilah memaksimalkan profit pada dasarnya hanya merupakan tujuan jangka pendek, sebab hanya meliputi satu periode tertentu. Dalam keadaan demikian, tujuan memaksimalkan profit jangka pendek mengarah kepada memaksimalkan pada jangka panjang. Artinya jika profit itu selalu meningkat setiap tahun maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Akan tetapi, jika perolehan profit itu tidak menentu dimana pada beberapa tahun profit naik tapi tahun-tahun lainnya profit malah turun, maka kedua tujuan itu tidak ekuivalen (tidak sama dengan).

Tujuan nilai perusahaan antara lain:

1. Sebagai suatu entity, baik rangka penggabungan (merger) maupun akuisisi.
2. penilaian dari kepemilikan (penyertaan dalam perusahaan).
3. Penilaian untuk investasi maupun penambahan ekuitas dari mitra baru dalam perusahaan.
4. Penilaian untuk saham yang dijual kepada umum (go Public).

2.4.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Tujuan utama manajemen adalah memaksimalkan nilai perusahaan, hal ini terwujud dengan pemaksimalan harga pasar saham perusahaan. Hal tersebut di pengaruhi beberapa faktor, antara lain:

- a. Harapan dan perilaku investor, hal ini berhubungan dengan tingkat pengembalian yang diharapkan investor dari modal yang ditanamkannya.
- b. Tingkat risiko sekuritas, apabila tingkat resiko dan proyeksi laba yang diharapkan perusahaan meningkat maka akan mempengaruhi harga saham perusahaan. Biasanya semakin tinggi risiko maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian saham yang di terima,
- c. Kondisi keuangan perusahaan, hal ini dapat dilihat dari pengumuman laporan keuangan perusahaan, seperti peramalan laba sebelum akhir tahun fiskal dan setelah akhir tahun fiskal, earning per share (EPS) dividen per share (DPS) dan lain-lain.
- d. Permintaan dan penawaran saham di pasar modal. Dengan mengetahui kondisi keuangan perusahaan, investor akan melakukan transaksi jual beli. Transakti-transaksi inilah yang akan mempengaruhi fluktuasi harga saham.
- e. Kondisi ekonomi, seperti gejolak politik, pengumuman mengenai perubahan suku bunga tabungan dan deposito, kurs valuta asing, dan inflasi juga merupakan factor yang mempengaruhi terjadinya pergerakan harga saham di bursa efek.

2.4.4 Metode pengukuran nilai perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan sering kali dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar . Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan karena mencerminkan pengaruh gabungan dari rasio hasil pengembalian dan risiko. Menurut Weston dan Copeland (2008: 244) rasio penilaian nilai perusahaan terdiri dari :

1. Price Earning Ratio

Rasio PER mencerminkan banyak pengaruh yang kadang-kadang saling menghilangkan yang membuat penafsirannya menjadi sulit. Semakin tinggi risiko, semakin tinggi faktor diskonto dan semakin rendah rasio PER. Rasio ini menggambarkan apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

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

2. *Price to Book Value*

Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut.

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

3. Rasio Tobin's Q

Rasio Tobin's Q dalam penelitian ini digunakan sebagai indikator penilaian nilai perusahaan. Rasio ini dikembangkan oleh profesor James Tobin (1967) dari Yale University setelah dia memperoleh hadiah nobel. Morck dan Mc Connell menggunakan Tobin's Q sebagai pengukuran kinerja perusahaan dengan alasan bahwa dengan Tobin's Q maka dapat diketahui nilai pasar perusahaan, yang mencerminkan keuntungan masa depan perusahaan seperti laba saat ini. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Menurut Smithers dan Wright (2007:37) Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan.

Perhitungan Nilai Perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rumus Tobin's Q, yaitu sebagai berikut:

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

Dimana:

- Q = Nilai Perusahaan
 EMV = Nilai pasar Ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham beredar)
 D = Nilai buku dari total hutang
 EBV = Nilai buku dari total ekuitas

Semakin besar nilai rasio tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Bearley dan Myers dalam sukamulja (2004 : 25) menyebutkan bahwa perusahaan dengan nilai Tobin's Q yang tinggi biasanya memiliki *brand image* perusahaan yang sangat kuat, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai Tobin's Q yang rendah umumnya berada pada industri yang sangat kompetitif atau industri yang mulai mengecil.

2.5 Hubungan antar Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan terhadap dua variabel yang diperkirakan akan mempengaruhi Nilai Perusahaan. Dua variabel tersebut adalah kinerja keuangan dan *Corporate Social Responcibility (CSR)*. Berdasarkan uraian di atas, hubungan masing-masing variabel independen terhadap Nilai Perusahaan dapat dijelaskan sebagai berikut :

2.5.1 Hubungan antara Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan

Informasi utama untuk menjelaskan kondisi dan potensi perusahaan dimasa yang akan datang adalah kinerja keuangan suatu perusahaan yang dilihat berdasarkan laporan keuangan. Kinerja keuangan suatu perusahaan akan lebih mudah dipahami dengan melihat rasio - rasio keuangan perusahaan yang merupakan pengukuran yang tepat bagi investor untuk melihat prospek perusahaan dimasa mendatang. Dalam penelitian ini peneliti lebih menekankan atau melihat rasio profitabilitas untuk melihat bagaimana kondisi nilai sebuah perusahaan.

Profitabilitas merupakan salah satu bagian finansial yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Sukojo, 2007 dalam Rika, 2010). Indikator dalam penelitian ini yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam memperoleh profitabilitas yaitu ditunjukkan dari rasio keuangan *Return On Equity* (ROE).

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu mengelola modalnya sendiri (*net worth*) secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan (Sawir 2009:20). Semakin tinggi *return* adalah semakin baik karena berarti dividen yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai *retained earning* juga akan makin besar. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan tersebut makin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Hal ini juga akan berdampak bahwa harga saham dari perusahaan tersebut dipasar modal juga akan semakin tinggi, sehingga ROE akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pendapat serupa juga dikatakan oleh Suad Husnan (2008: 340) adalah bahwa apabila ROE meningkat, berarti profitabilitas perusahaan meningkat,

sehingga dampak akhirnya adalah peningkatan profitabilitas yang dinikmati oleh pemegang saham, semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, sehingga akan semakin banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut. Secara umum, semakin tinggi ROE semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Semakin tinggi nilai ROE maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaan, sehingga akan berdampak pada tingginya nilai perusahaan. Tingginya kemakmuran pemegang saham, maka semakin tinggi pula harga saham yang mencerminkan nilai suatu perusahaan. Hubungan antara harga saham atau nilai perusahaan dengan ROE adalah semakin besar hasil yang diperoleh dari modal yang ditanamkan oleh investor dan pemegang saham, maka semakin besar harga saham atau nilai perusahaan

Berdasarkan keterangan yang telah dikemukakan tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan melihat rasio keuangan perusahaan akan berpengaruh besar terhadap nilai sebuah perusahaan. Hal ini terjadi karena bagi perusahaan kinerja keuangan tentunya merupakan hal yang penting karena kinerja keuangan dapat mencerminkan nilai perusahaan. Sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik akan memiliki nilai perusahaan yang baik dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja keuangan yang tidak baik, maka perusahaan tersebut juga akan memiliki nilai perusahaan yang tidak baik pula.

2.5.2 Hubungan antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (sustainable) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan

ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan Corporate Social Responsibility yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) diungkapkan antara lain di dalam laporan yang disebut Sustainability Reporting (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Dengan adanya komitmen dan dukungan yang penuh serta antusiasme dari karyawan, maka program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam aktivitas perusahaan akan berpengaruh pada persepsi masyarakat atas perusahaan yang dapat meningkatkan citra dan nilai perusahaan di mata masyarakat serta meningkatkan profit untuk menarik minat investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan (Marpaung, 2010 : 16). Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial 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. Berdasarkan teori signal (*signalling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya untuk menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar harga saham perusahaan meningkat, sehingga akan berdampak pada tingginya nilai perusahaan (Sugiarto, 2009 : 45).

Pengungkapan CSR diharapkan akan dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat

masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra dan nilai perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat, dan dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Rimba, 2010 : 67).