

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 *Stakeholders Theory*

Stakeholder Theory adalah berkaitan dengan kepentingan, nilai-nilai pemangku kepentingan, kepatuhan terhadap hukum, rasa hormat terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk mendorong keberlanjutan. Menurut teori ini manajemen tidak dapat memenuhi kepentingan pemegang saham jika mengorbankan pemangku kepentingan lainnya, (Nathania *et al.*, 2020). Menurut Ghazali (2020) teori ini diperkenalkan pertama kali oleh Freeman (1994) yang membantu mengatasi 3 masalah bisnis yang saling berhubungan:

1. Masalah penciptaan nilai dan perdagangan dalam konteks bisnis global yang berubah dengan cepat.
2. Masalah etika kapitalisme.
3. Masalah pola pikir manajerial terkait dengan pola pikir kedua di atas.

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa jika kita mengambil hubungan antara perusahaan, kelompok, dan individu sebagai unit analisis, maka kita akan memiliki kesempatan untuk menyelesaikan ketiga masalah tersebut. Dari perspektif pemangku kepentingan, bisnis dapat didefinisikan sebagai seperangkat hubungan kelompok yang memiliki kepentingan dalam kegiatan yang membentuk bisnis, di mana tim dan manajer bekerja sama untuk menciptakan nilai sebanyak mungkin bagi pemangku kepentingan untuk mengelola dan bertukar nilai, sehingga kebutuhan pemangku kepentingan dapat dipenuhi tanpa kegagalan etis. Teori pemangku kepentingan berpandangan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk keuntungannya sendiri, tetapi juga menguntungkan stakeholder (pemegang saham, kreditur, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) karena kelangsungan hidup perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari pemangku kepentingan, dan karena itu upaya besar perusahaan

untuk beradaptasi. Pengungkapan di jejaring sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dan pemangku kepentingannya. (Nur afifah 2020)

2.1.2 Signaling Theory

Menurut Brigham (2001) isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana memandang prospek perusahaan. Informasi financial dan informasi nonfinancial yang terdapat dalam annual report dapat dijadikan sebagai signal bagi pihak eksternal perusahaan. Menurut Endiana & Suryandari (2021) teori sinyal merupakan penyampaian suatu informasi kepada pengguna informasi yang menggambarkan kondisi perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki informasi yang baik mengenai perusahaannya dapat mendorong manajemen perusahaan untuk menyampaikan informasi tersebut kepada pihak luar yang diharapkan dapat meningkatkan harga saham perusahaan (Rochmawati & Mildawati, 2019). Nilai perusahaan merupakan harga saham yang bersedia dibayar oleh calon pemegang saham atau investor apabila perusahaan dijual. Nilai perusahaan menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan suatu perusahaan bagi para investor, sehingga dengan tercapainya nilai perusahaan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan untuk saat ini dan masa yang akan datang (Rochmawati & Mildawati, 2019).

Pada umumnya, setiap perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi melalui pihak manajemen, pihak manajemen diharapkan mampu memberikan sinyal positif terhadap calon investor. Apabila pihak manajemen tidak mampu menampilkan sinyal yang positif tentang nilai perusahaan, maka nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai perusahaan yang sebenarnya (Rochmawati & Mildawati, 2019). Wulandari (2018) menyatakan bahwa nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap suatu tingkat keberhasilan perusahaan dimana sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga apabila harga saham tinggi, maka nilai perusahaan dapat menjadi tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka bertambah

kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wulandari & Ardana, 2018).

Teori sinyal menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan dari perusahaan terhadap keputusan investasi yang dilakukan oleh investor atau pihak luar perusahaan. Informasi adalah unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyampaikan keterangan catatan dan gambaran baik untuk keadaan masa lalu ataupun masa depan bagi keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Informasi yang lengkap, relevan, dan akurat sangat diperlukan oleh investor sebagai alat untuk melakukan analisis terhadap pengambilan keputusan investasi (Wardani & Lailatus, 2020).

2.2 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan sosial dalam operasinya dan komunikasi dengan pemangku kepentingan, yang melampaui tanggung jawab sosial di bidang hukum. Atau dapat juga diartikan sebagai suatu konsep dan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar di mana perusahaan tersebut berada (Wati & SE, 2019).

Penggunaan CSR yang tepat dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan meningkatkan daya tariknya di mata calon Investor (Reza, Bambang 2020). *Corporate social responsibility* atau disebut juga dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu mekanisme dimana perusahaan secara sukarela mengintegrasikan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan hubungannya dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*). *Indonesian Business Links* menggambarkan CSR sebagai “tanggung jawab perusahaan untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan kontribusi positifnya kepada seluruh pemangku kepentingan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai keberlanjutan” (Wati & SE, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, CSR merupakan tanggung jawab perusahaan untuk mengurangi dampak negatif dan memaksimalkan kontribusi positif seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai keberlanjutan. *Global compact initiative* menyatakan bahwa interpretasi mengenai corporate social responsibility dapat dijalankan menggunakan 3 konsep penting “*Triple Bottom Line*” yaitu *profit, people, planet*. Konsep tersebut merupakan sebuah penafsiran bahwa tujuan bisnis tidak semata-mata untuk memperoleh keuntungan atau mencari laba (*profit*), tetapi juga untuk memberikan kontribusi pada masyarakat sekitar (*people*), dan menjamin kelangsungan hidup seperti pelestarian lingkungan (*planet*) (Wati, 2019).

2.2.1 Peraturan Corporate Social Responsibility di Indonesia

Di Indonesia, *Corporate social responsibility* telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menggantikan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas dan disebut dengan UUPT. *Corporate Social Responsibility* sebagaimana yang termuat dalam Pasal 1 Ayat 3 berbunyi “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah kewajiban perusahaan untuk ikut serta mengembangkan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.” (Wati, 2019).

Sementara itu, dalam Peraturan UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman modal, Pasal 15 (b) menyatakan bahwa “setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan”. Namun terdapat peraturan baru yang memenuhi syarat Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Ayat (4), yaitu peraturan pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 yang di terbitkan pada bulan April 2012. Pasal 2 ayat (1) menyatakan “*Corporate Social Responsibility* menjadi Kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang dan atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam.” Pada ayat (2) dijelaskan bahwa “kewajiban *Corporate Sosial Responsibility* dilakukan baik di dalam maupun di luar

lingkungan perseroan.” khususnya pasal 74, yang menegaskan bahwa kegiatan CSR diwajibkan pada suatu kegiatan usaha di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam. Salah satu kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) adalah perkebunan kelapa sawit. Kebijakan CSR pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 selanjutnya diperjelas dalam PP No. 47 tahun 2012, khususnya pasal 3 ayat 2, pasal 4 ayat 2, pasal 5 ayat 1, dan penjelasan pasal 5 ayat 1. Pelaksanaan CSR dilakukan di seluruh sektor perusahaan baik milik swasta maupun milik Negara. Program Kemitran dan Bina Lingkungan (PKBL) merupakan istilah CSR untuk BUMN di seluruh Indonesia (Kartini, 2013). Dasar hukum PKBL adalah peraturan Menteri BUMN No.4 Tahun 2007, bahwa setiap BUMN wajib membentuk unit kerja khusus yang menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat dimana besaran alokasi PKBL tersebut bernilai 2% dari laba bersih. (Agung et al, 2020).

2.2.2 Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Pada dasarnya *corporate social responsibility* di berbagai negara dilakukan untuk memenuhi tujuan bisnis menghasilkan laba jangka panjang dan menjadi sumber kekuatan bisnis yang lebih bertanggung jawab, dengan mengoordinasikan tuntutan sosial ke dalam tugas-tugas bisnisnya, serta mendukung kegiatan sosial dan moral. (Ramytha Sari, 2021). menurut Branco dan Rodriques, manfaat dari *corporate social responsibility* dibagi menjadi dua sisi, yaitu sisi *internal* dan sisi *eksternal* jika dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), (Rochmania, 2020). Manfaat internal *corporate social responsibility* adalah:

1. meningkatkan kegiatan pengembangan kompetensi pegawai yang berdampak pada baik tidaknya sistem pengelolaan sumber daya manusia. Kegiatan ini dapat meningkatkan loyalitas dan dukungan karyawan.
2. Perusahaan lebih peduli terhadap lingkungan dengan membatasi atau bahkan menghilangkan pencemaran pada produk olahan perusahaan, sehingga mempengaruhi hubungan baik dengan pemasok.
3. Peraturan yang bagus perusahaan dapat mengakui CSR dan memiliki kesiapan untuk belajar. Adanya koordinasi fungsi-fungsi perusahaan

kemudian memperluas kerjasama perwakilan dalam perusahaan dan menciptakan kemampuan pekerja.

4. Implementasi CSR menghasilkan kinerja keuangan yang lebih baik dan meningkatkan kepemilikan modal.

Sedangkan manfaat eksternal *corporate social responsibility* menurut Rochmania (2020), adalah:

1. Pelaksana CSR akan meningkatkan citra perusahaan sebagai landasan yang mendorong kewajiban sosial, hal ini terkait dengan *service of excellent* yang diberikan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) eksternal.
2. *Corporate social responsibility* perusahaan merupakan suatu produk pemisah yang disarankan oleh perusahaan, artinya produk ini termasuk dalam kategori ramah lingkungan dan merupakan konsekuensi dari suatu perusahaan yang telah melaksanakan kewajibannya kepada masyarakat. Untuk situasi ini, perusahaan melakukan CSR sesuai kualitas perusahaan tersebut..
3. Pelaksanaan CSR merupakan wujud korespondensi yang baik antara perusahaan dengan daerah setempat. Pada akhirnya membantu membangun nama baik dan citra perusahaan.
4. Dengan adanya ketidakseimbangan antara perilaku baik perusahaan dengan kapasitasnya dalam melindungi diri dari pengaruh buruk dan perilaku buruk, maka kontribusi CSR terhadap kinerja perusahaan dapat menjadi sebuah peluang.

2.2.3 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Dalam penelitian ini digunakannya nilai ekonomis didalam mengukur *corporate social responsibility disclosures*. Alasan digunakannya nilai ekonomis dalam penelitian ini dengan asumsi program csr ini fungsinya adalah bagaimana pendapatan yang dihasilkan perusahaan itu bisa berdampak kepada masyarakat, dan akhirnya masyarakat juga bisa berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. Karna dengan asumsi, program csr dibiayai oleh pendapatan perusahaan kelebihan atau laba dari perusahaan,

yang mana laba tersebut dibuat untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan harapan masyarakat adanya program CSR mampu meningkatkan laba dimasa yg akan datang atau meningkatkan laba perusahaan. Adapun rumus perhitungan indeks CSR adalah sebagai berikut:

$$EBIT = \text{Pendapatan Penjualan} - \text{HPP} - \text{Biaya Operasional}$$

2.3 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan upaya yang sangat penting dan formal bagi suatu perusahaan untuk mengukur outcome (keberhasilannya) dalam memperoleh keuntungan dan mengukur potensi peningkatan perusahaan dengan sumber daya yang ada dan produktivitas perusahaan, yang dapat dimanfaatkan untuk melihat kapasitas perusahaan di masa depan. Jika perusahaan dapat mencapai standar dan tujuan yang telah ditetapkan, maka perusahaan tersebut dianggap berhasil. Dari sini dapat di simpulkan bahwa hasil keuangan adalah upaya penting dan formal bagi suatu perusahaan untuk mengukur kemajuannya dalam memperoleh laba dan mengukur potensi peningkatan perusahaan dengan menggunakan sumber daya yang tersedia dan juga kinerja perusahaan yang menjadi landasannya. Potensi perusahaan dapat dilihat. masa depan Jika perusahaan dapat mencapai standar dan tujuan yang telah ditetapkan, maka perusahaan tersebut dianggap berhasil. (Pradita & Suryono, 2019).

Kinerja keuangan yaitu tercapainya suatu prestasi dari perusahaan selama periode tertentu atas pengelolaan keuangan perusahaan maka dengan prestasi, suatu perusahaan bisa menunjukkan bagaimana kinerjanya (Rengganis Oktalia et al, 2020).

2.3.1 Pengukuran Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dapat diukur dengan menggunakan analisis rasio. analisis rasio adalah aktivitas untuk menganalisa laporan keuangan dengan cara membandingkan akun-akun yang ada dalam laporan keuangan guna melihat hubungan dan perbandingan antara jumlah akun-akun yang ada dilaporan keuangan Hutabarat (2020). Analisis rasio yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan dalam penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas ini yaitu untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi menghasilkan laba. Adapun rumus-rumus yang digunakan untuk mengukur rasio profitabilitas (Joel F., 2014) yaitu sebagai berikut:

- a. Debt to Asset Ratio (DAR) rasio ini untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai oleh hutang

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

- b. Return On Equity (Tingkat pengembalian atas total modal sendiri) rasio ini yaitu rasio laba bersih setelah pajak terhadap ekuitas mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Rahmadewi & Abundanti (2018) mendefinisikan Return on Equity (ROE) sebagai salah satu rasio dalam pengukuran keuntungan perusahaan dibanding dengan total ekuitas. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba bagi seluruh para investor.

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{ekuitas}} \times 100\%$$

2.4 Nilai Perusahaan

Ukuran nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q. rasio Tobin's Q diyakini memberikan informasi terbaik karena laporan ini memuat semua elemen hutang dan modal ekuitas perusahaan, termasuk semua aset perusahaan. Tobin's Q adalah rasio nilai pasar aset perusahaan (nilai pasar dari saham yang beredar ditambah kewajiban perusahaan dibagi dengan total asetnya). Jika nilai Tobin's Q lebih kecil dari 1, berarti nilai pasar perusahaan lebih kecil dari nilai penggantian aset perusahaan. Karena nilai Tobin's Q lebih besar dari 1, nilai penggantian aset perusahaan lebih rendah dari nilai pasar perusahaan dan menciptakan investasi baru (Bella & Suaryana, 2017).

2.4.1 Manfaat Nilai Perusahaan

Meningkatkan harga saham, meningkatkan kemakmuran pemegang saham, menjadi tolak ukur atas prestasi kerja para manajer, mendorong peningkatan kinerja perusahaan secara umum, mempertegas okupas pasar terhadap produk perusahaan dan membantu proyeksi keuntungan dimasa mendatang. (Ningrum, 2022).

2.4.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini, Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin akan digunakan sebagai proksi untuk menghitung nilai perusahaan. Karena Tobin's Q ini memasukan seluruh aset perusahaan dan juga ekuitas perusahaan sehingga perusahaan tidak hanya berfokus pada investor dalam bentuk saham saja (Ralina & Prasetyo, 2020). Tobin's Q lebih unggul daripada PVB karena Tobin's Q ini fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini (Sari, 2021).

$$Tobin's Q = \frac{MVE + D}{TA}$$

Keterangan:

MVE : *Market value of equity (closing price × jumlah saham beredar)*

D : *Debt (total utang)*

TA : *Total Aset*

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| Nomor dan Tahun | Judul | Variabel/Indikator | Metode | Hasil |
|--------------------------|--|--|---|--|
| Hasanudin, Andini (2020) | <i>The Effect of Ownership and Financial performance on Firm Value of Oil and Gas Mining</i> | Y: Nilai Perusahaan Proxy: <i>Price to Book Value (PBV)</i> X1: Kepemilikan Proxy: (IO) X2: Kinerja | Kuantitatif Analisis data menggunakan analisis kuadrat | Hasil menunjukkan bahwa: Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan |

| | | | | | |
|------------|---|---|--|--|-------------------------|
| | <i>Companies in Indonesia (Jurnal internasional Q2)</i> | Keuangan Proxy: <i>Return of equity</i> (ROE) | parsial/PLS dengan model persamaan struktural/ model analisis SEM. | variabel IO mempunyai nilai T-statistik sebesar 2,744 dan $P < 0,05$ serta sampel asli sebesar 0,245. Hasil pengujian menunjukkan nilai T-statistik lebih besar dari nilai kritis sebesar 2,014, dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan diterima. Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan (ROE) mampu memediasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan (PBV), dengan $P = 0,077 > 0,10$ dengan demikian, perusahaan (ROE) terbukti secara empiris mampu memediasi pengaruh kepemilikan institusional (IO) terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan pertambangan migas di BEI. | |
| Rama Seth, | <i>Impact of</i> | Y: | Nilai | Kuantitatif | Hipotesis H3 menyatakan |

| | | | | |
|----------------------------------|--|---|--|--|
| Sakthi (2022) | <i>dividen payouts and corporate social responsibility on firm value-Evidence from India (Jurnal Internasional Q1)</i> | perusahaan Proxy: Tobins Q X1: Pembayaran Dividen Proxy: (ROI) X2: Corporate Social Responsibility (CSR) Proxy: ESG_score | | bahwa tingkat pengungkapan CSR sukarela ILC berhubungan positif dengan nilai perusahaannya. |
| Reza A.p, Bambang S (2021) | Pengaruh Kinerja keuangan Terhadap Nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi | Y: Nilai perusahaan Proxy: Tobins Q X1: Kinerja Keuangan <i>Proxy: return of asset (ROA)</i> X2: ukuran perusahaan <i>Proxy: Log natural (Total aset)</i> | Kuantitatif, data sekunder | Kinerja keuangan (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat mempengaruhi hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. |
| Hadi Pramono, Ira hapsari (2022) | Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja keuangan Terhadap nilai perusahaan | Y: Nilai perusahaan Proxy: Tobins Q X1: <i>Corporate Social Responsibility</i> Proxy: Analisis konten dan CSRDI X3: Kinerja | Metode sampel data keuangan dan non keuangan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dan kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |

| | | | | |
|---|---|--|-----------------------------------|---|
| | | keuangan Proxy: Return on aset (ROA) | | |
| Audy tri saputra, sugeng Hariadi (2021) | Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan kinerja keuangan terhadap Nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai <i>variable moderating</i> | Y: Nilai perusahaan Proxy: Tobins Q X1: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Proxy: CSR X2: Kinerja keuangan Proxy: ROA X3: kepemilikan manajerial | Metode Kuantitatif, data sekunder | Dari penelitian ini menghasilkan bahwa: <i>Corporate Social Responsibility</i> dan kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian <i>Corporate Social Responsibility</i> dan kinerja keuangan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. |
| Yuannisa, Dinka (2022) | Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan: <i>Gender Diversity</i> sebagai Variabel Moderasi | Y: Nilai Perusahaan Proxy: Tobins q X1: Pengungkapan CSR Proxy: <i>Coverage ratio</i> X2: <i>gender</i> Proxy: <i>dummy</i> | Kuantitatif | CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan <i>Gender diversity</i> memoderasi positif pengaruh positif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. |
| Aditya et el (2021) | Pengaruh <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan | Y: nilai Perusahaan Prodxy: Tobin's q X1: <i>Leverage</i> Proxy: (DAR) | | Hasil penelitian yang diperoleh yaitu leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas |

| | | | | |
|----------------|---|--|---|--|
| | terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel <i>Intervening</i> pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia | X2: Ukuran Perusahaan <i>Intervening</i> : -Profitabilitas (ROA) | | berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas Serta profitabilitas mampu memediasi hubungan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan, namun profitabilitas tidak memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. |
| Sari (2021) | Pengaruh Perencanaan Pajak, Modal Intelektual dan CSR terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Perkebunan yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019 | Y: Nilai Perusahaan Proxy: Tobin's q X1: Perencanaan pajak Proxy: ETR X2: modal intelektual Proxy: VAIC X3: CSR Proxy: CSRI | <i>Explanator y survey</i> , regresi linier sederhana dan uji hipotesis | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun modal intelektual berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan perencanaan pajak, modal intelektual dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| Fahrany (2021) | Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intellectual Capital</i> | Y: Nilai Perusahaan Proxy: Tobin's q X1: CSR Proxy: CSRI X2: Intelektual capital | Analisis regresi linier berganda dan <i>Moderated</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif dan |

| | | | | |
|---------------------|--|---|---|--|
| | Terhadap nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI) | Proxy: <i>Value added intellectual coefficient</i> Moderating Profitabilitas (ROA) | <i>Regression Analysis</i> (MRA) | signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta variabel profitabilitas mampu memperkuat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intellectual Capital</i> terhadap nilai perusahaan. |
| M. Fuadillah (2021) | Analisis Strategi perlawanan Indonesia dalam Diskriminasi Kelapa sawit Oleh Uni Eropa | Y: Deskriminasi X1: Resistance X2: Kelapa sawit | Metode retroductive analisis kualitatif | Usaha pemerintah Indonesia dalam menentang insentif UE atas pemakaian minyak sawit ialah 1) melakukan pengajuan klaim dan gugatan terhadap insentif UE untuk menolak pembatas minyak kelapa sawit, 2) Pemerintah Indonesia menekankan pentingnya pendistribusian minyak sawit Indonesia di lingkup dunia 3) Melaksanakan lobi terhadap pimpinan organisasi APEC untuk memastikan keamanan industri kelapa sawit Indonesia 4) Melakukan upaya Join Capaign oleh produsen minyak sawit terbesar di dunia untuk melindungi stabilitas pengiriman minyak |

| | | | | |
|-------------------------|---|--|-------------|--|
| | | | | kelapa sawit dan mengambil tindakan terhadap kampanye negatif atas minyak sawit, serta menyatukan suara dalam menyusun kemufakatan untuk bersama-sama mendukung pengembangan industri sawit agar lebih tangguh dalam melawan serangan balik global atas minyak kelapa sawit. |
| Enggar Bimantara (2019) | Pengaruh ROA, ROE dan Earning Per Share terhadap Nilai Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2016-2019 | Y: Nilai Perusahaan Proxy: Tobins q X1: ROA Proxy: earning after tax / total asset x 100% X2: ROE Proxy: net income after tax/ total equity x 100% X3: Earning Per Share Proxy: EPS | kuantitatif | 1. ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016- 2019. 2. ROE berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016- 2019. Hal ini ditunjukkan dengan hasil koefisien dan hasil t-hitung adalah positif dan nilai signifikan > 0,05 sehingga roe terbukti tidak signifikan dalam memprediksi Nilai Perusahaan. 3. EPS berpengaruh |

| | | | | |
|---------------------------|--|--|---------------------------------|---|
| | | | | positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016- 2019 |
| Putu <i>et al</i> (2021) | Pengaruh Debt to Equity Ratio (Der) Price to Earning Ratio (Per), Return on Equity (Roe) dan Debt to Asset Ratio (DAR) terhadap Nilai Perusahaan | Y: Nilai Perusahaan Proxy: PVB harga saham saat ini/nilai buku per lembar saham X1: DER Proxy: total utang/total ekuitas X2: PER Proxy: harga saham/laba per saham X3: ROE Proxy: laba bersih/total aktiva X4: DAR Proxy: total hutang/total asset. | Kuantitatif Data Sekunder | 1. Der Berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan. hutang perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. 2. PER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Karna semakin tinggi tibgkat pengembaliannya maka semakin tinggi juda deviden yang diterima pemegang saham sehingga, akan meningkatkan permintaan saham perusahaan yang berdampak terhadap nilai perusahaan. 4. DAR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. nj |
| Lilie <i>et al</i> (2019) | Pengaruh Earning Per Share, Current Ratio, Struktur | Y: Harga Saham Proxy: harga saham = harga penutupan X1: PER | kuantitatif | 1. PER berpengaruh dan signifikan terhadap Harga Saham. Karna EPS merupakan ukuran |

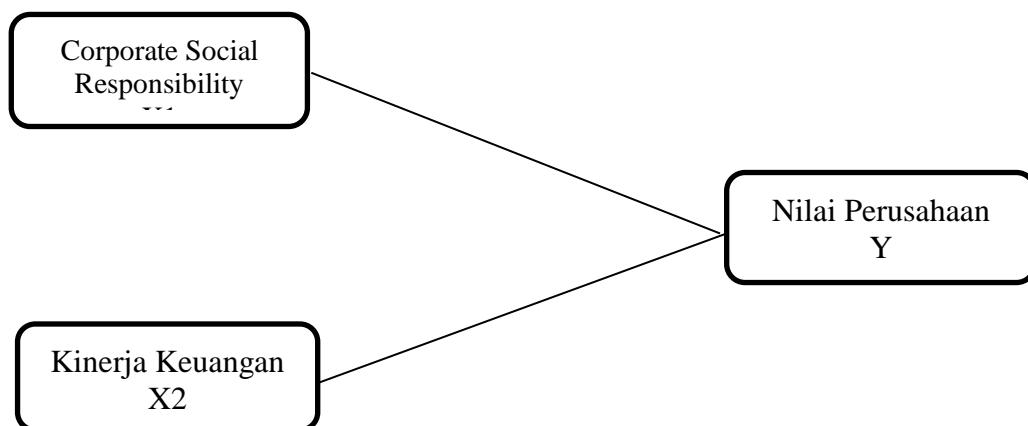
| | | | | |
|-----------------------------|--|--|--------------------|--|
| | <p>Modal, Return On Equity terhadap Harga Saham pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI</p> | <p>Proxy: laba(pendapatan) setelah pajak/jumlah saham yang beredar X2: Current Ratio Proxy: aktiva lancar/utang lancar X3:struktur modal Proxy: total utang(debt)/ekuitas X4: ROE Proxy: laba setelah pajak/ modal sendiri</p> | | <p>kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan Per lembar saham pemilik yang berarti earning per share yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu meningkatkan keuntungan sehingga harga saham meningkat. 2. Curren Ratio tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap harga saham. karna rendahnya rasio lancar dapat menurunkan harga saham. 3.struktur modal tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap harga saham . 4. ROE berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham. Karna semakin besar hasil yang diperoleh dri ekuitas menunjukkan semakin besar harga dari sahamnya.</p> |
| <p>Ayu Lismasari (2018)</p> | <p>Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai Variabel moderating</p> | <p>Y: Nilai Perusahaan Proxy: Tobin's q (EMV+D)/Total Asset X1: ROE Proxy: laba bersih setelah pajak x 100% / total ekuitas Z: kepemilikan</p> | <p>kuantitatif</p> | <p>1. ROE berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Karna semakin tinggi nilai Roe maka akan semakin memperkuat Nilai Perusahaan. 1. pengaruh kepemilikan manajerial terhadap</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | pada perusahaan Manufactur yang terdaftar di BEI | manajerial Proxy: lebar saham yang dimiliki manajemen/ lembar saham yang beredar | | hubungan antara ROE dan Nilai Perusahaan. Negatif signifikan terhadap nilai perusahaan |
|--|--|--|--|--|

Berdasarkan tabel tersebut, ditemukan persamaan dan perbedaan. Persamaan tersebut terdapat pada variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan. Namun perbedaannya adalah: (1) variabel independen yang diteliti, variabel independennya adalah *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan variabel-variabel tersebut digunakan bersama-sama dalam penelitian ini, pada tahun-tahun sebelumnya tidak ada yang menggunakan variabel-variabel tersebut bersama-sama. (2) Sampel perusahaan yang diteliti, dalam penelitian ini digunakan perusahaan perkebunan sawit yang terdaftar di BEI 2018-2022 sebagai sampel perusahaan, pada penelitian sebelumnya tidak ada s perusahaan yang menggunakan sampel tersebut pada penelitian terakhir. periode 5 tahun.

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian di atas dengan variabel independent (X) yaitu Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan terhadap variabel dependent (Y) yaitu Nilai Perusahaan. Maka kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility adalah mekanisme suatu perusahaan untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan operasional perusahaan dan interaksinya dengan *Stakeholder*. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan jumlah investor yang menanamkan saham pada perusahaan dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan karena CSR merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap *Stakeholders*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Meha & Hariadi, 2021) mendapat kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan didukung dengan penelitian (Pramono et al., 2022) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat memberikan dampak positif untuk *Stakeholder* dan membuat investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan, akibat hal tersebut Nilai Perusahaan akan meningkat. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Afifah et al., 2021) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan informasi pengungkapan CSR yang belum lengkap dan detail, sehingga data CSR dipandang sebagai sesuatu yang merugikan perusahaan.

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.7.2 Pengaruh Kinerja Keuangan (DAR) Terhadap Nilai Perusahaan

Faktor utama yang dapat meningkatkan Nilai Perusahaan yaitu rasio solvabilitas dapat dianggap sebagai pengukur resiko yang melekat dalam suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin tinggi pula risiko investasi. Perusahaan sebaiknya mencari sumber pendanaan internal terlebih dahulu, daripada sumber prndanaa eksternal. Oleh karena itu rasio solvabilitas yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Penelitian (Fyfhy

& Murtanto, 2022) menunjukkan bahwa *Debt to Asset Ratio* (DAR) berpengaruh secara signifikan dengan arah yang negatif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, DAR yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Sebaliknya, DAR yang rendah akan meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Aditya et al., 2021) dan (Jati, 2020) menemukan bahwa DAR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. DAR yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena biaya bunga yang timbul dari penggunaan utang dapat mengurangi perhitungan pajak dan dapat menurunkan biaya pajak yang sebenarnya.

H2: Kinerja Keuangan (DAR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.7.3 Pengaruh Kinerja Keuangan (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan

Faktor kedua yaitu rasio profitabilitas. Salah satu variabel yang menunjukkan peningkatan nilai perusahaan adalah adanya kenaikan laba bersih. Tingginya laba bersih suatu perusahaan dapat mendorong investor untuk membeli saham jika mereka mengharapkan keuntungan yang mereka beli (Lilie et al., 2019) ROE yang tinggi dapat menyebabkan harga saham yang tinggi dan bahkan nilai perusahaan yang lebih tinggi. Semakin tinggi ROE maka semakin banyak pula investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang bersangkutan. Hal ini karena kinerja perusahaan yang baik mempengaruhi peningkatan harga saham (Risqi & Suyanto, 2022). Penelitian Ralina dan Prasetyo (2020) serta Jati (2020), menyatakan bahwa return on asset (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang mendukung ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh (Lismasari, n.d.) Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh (Yahya & Fietroh, 2021) menunjukkan bahwa ROE berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan (Ananda, 2017) dan (Hirdinis, 2019) yang menemukan bahwa ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3: Kinerja Keuangan (ROE) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.