

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan teori yang melandasi CSR serta berhubungan erat dengan teori *stakeholder*. Legitimasi akan mengalami pergeseran seiring perubahan lingkungan dan masyarakat tempat perusahaan berada (Downling dan Preffer, 1975). Menurut Ghazali dan Chairi (2007) teori legitimasi dilandasi oleh suatu kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat menunjuk pemerintah dalam lingkungan masyarakat, maka mengikuti aturan yang telah dibuat pemerintah dapat merepresentasikan kemauan masyarakat. Legitimasi perusahaan merupakan salah satu faktor strategis bagi suatu perusahaan untuk mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai cara untuk memposisikan diri ditengah *stakeholder* atau masyarakat. Menurut Nasi, Philips dan Zylidopoulos dalam Nurhayati, dkk (2006) mengatakan bahwa “*legitimacy theory focuses of the adequacy of corporate social behavior*” ini berarti bahwa nilai sosial organisasi berdasarkan atas *image* (citra) yang akan perusahaan ciptakan untuk perusahaan itu sendiri. Selanjutnya organisasi dapat menetapkan legitimasi mereka dengan memadukan antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi atau persepsi publik. Ketika terdapat kesenjangan antara pengharapan dari masyarakat dan perilaku sosial perusahaan, maka muncul masalah legitimasi. Berdasarkan uraian diatas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga respon negatif melalui penurunan harga saham, ketika harga saham turun maka nilai perusahaan pun mengalami penurunan dan begitu sebaliknya (Riswari, 2012). Dan pada dasarnya pengungkapan CSR bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat sekitar. Legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* dapat dilakukan dengan integritas

pelaksanaan etika dalam berbisnis serta meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan. tanggung jawab sosial perusahaan memiliki sejumlah manfaat untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga *image* dan strategi perusahaan.

2.2 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa semua *stakeholders* mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan selama periode tertentu yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan. Keberadaan *stakeholders* di suatu perusahaan sangat penting. Menurut Nawi dan Muchlish (2010) *stakeholders* merupakan orang atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan maupun operasi perusahaan. Menurut Freeman (1984) dalam Riswari (2012) *stakeholder* adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi tujuan umum dari sebuah organisasi. Kaitannya teori dan nilai perusahaan adalah berharap segala informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diberikan perusahaan mengenai kinerja perusahaan kepada *stakeholders* mampu berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Teori ini mengatakan bahwa keuntungan atau laba dari perusahaan akan meningkat seiring dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders* nya. Seperti teori *stakeholder* yang dinyatakan oleh Nurlela dan Ishlahudin (2008) bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada *stakeholders*, dengan pemikiran bahwa pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Berdasarkan asumsi teori *stakeholder*, maka perusahaan tidak dapat terlepas dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta kedudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dinilai dari segi analisis laporan keuangan berupa rasio keuangan dan dari segi perubahan harga saham. Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan karena dapat mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki perusahaan tersebut, (Wahyudi dan Pawesti dalam Pamungkas, 2012). Tujuan utama dari suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Dikarenakan nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan terus meningkat. Berdasarkan uraian di atas, nilai perusahaan dinyatakan atau tercermin dari harga pasar sahamnya, dimana harga pasar saham ditunjukkan dari nilai kapitalisasi pasar yaitu dengan mengalikan jumlah saham beredar dengan harga saham penutupan (*closing price*). Harga saham cenderung tinggi pada saat perusahaan memiliki banyak kesempatan untuk berinvestasi, dimana semakin tinggi harga saham berarti saham tersebut diminati oleh investor dan dengan meningkatnya permintaan saham akan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat (Shintawati dalam Puteri, 2012). Nilai perusahaan tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Berikut ini adalah beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, antara lain yaitu dengan menggunakan :

1. *Price Book Value* (PBV)

Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan *price book value*. *Price book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga menjadi keinginan pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Soliha dan Taswan dalam Widjaja *et.al*, 2011). Formula untuk menghitung *price book value* menurut Brigham dan Ehrhardt dalam Widjaja *et.al* (2011) ditunjukkan sebagai berikut :

$$Price\ book\ value = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

2. *Earning Per Share (EPS)*

Earning per share adalah alat ukur yang paling sering digunakan calon investor dalam menilai guna membuat keputusan investasinya. Menurut Syamsudin (2008) dalam Setiawan (2015), EPS merupakan rasio yang menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh pada setiap lembar saham biasa. EPS merupakan salah satu indikator yang dapat menunjukkan kinerja perusahaan, karena besar kecilnya EPS akan ditentukan oleh laba perusahaan. Semakin besar laba yang dihasilkan akan meningkatkan minat investor, yang kemudian dapat mengakibatkan kenaikan harga saham. EPS dirumuskan dengan membandingkan laba siap bagi dengan total lembar saham beredar sebagaimana tercantum dalam laporan keuangan per desember, sehingga dirumus sebagai berikut :

$$Earning\ per\ share = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Biasa yang Beredar}}$$

3. *Book value per share (BVS)*

Book value per share adalah rasio yang menggambarkan perbandingan total jumlah modal sendiri terhadap jumlah lembar saham yang beredar. Semakin tinggi rasio nilai buku per lembar saham semakin baik hasil yang diperoleh perusahaan karena kepercayaan investor akan semakin baik sehingga permintaan akan saham akan semakin tinggi. Permintaan saham yang tinggi dapat menaikkan harga saham. Nilai buku dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Book value per share} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

4. *Market to Book Ratio* (MBR)

Market to Book Ratio merupakan rasio perbandingan harga saham di pasar dengan nilai buku saham yang di gambarkan di neraca (Harahap dalam Riauwaty, 2014). *Market to Book Ratio* dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Market to Book Ratio} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

5. *Market Value of Equity* (MVE)

Market Value of Equity yaitu nilai pasar ekuitas perusahaan menurut penilaian para pelaku pasar. Nilai pasar ekuitas adalah jumlah ekuitas (saham beredar) dikali dengan harga per saham. Maka dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Market Value of Equity} = \text{Saham Beredar} \times \text{harga saham}$$

6. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio yaitu rasio pasar yang membandingkan antara harga pasar suatu saham dengan Earning Per Share dari saham yang bersangkutan. Data mengenai Price Earning Ratio ini diukur dengan satuan kali (Jogiyanto, 2013)

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{harga saham}}{\text{Laba bersih per lembar saham}}$$

7. *Tobin's Q*

Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan. Bila *Tobin's Q* ini lebih rendah dari 1, maka perusahaan akan menjadi sasaran akuisisi yang menarik baik untuk digabungkan dengan perusahaan lain ataupun untuk likuidasi. Maka nilai *Tobin's Q* tinggi merupakan indikasi bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi sehingga nilai perusahaan lebih dari sekedar nilai assetnya. *Tobin's Q* dihitung dengan rumus :

$$Tobin's Q = \frac{(EMV + D)}{(BVE + D)}$$

Penelitian ini mencoba meneliti nilai perusahaan dengan pendekatan nilai perusahaan dengan menggunakan rasio *Tobin's Q*. Alasan memilih rasio *Tobin's Q* dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan adalah karena perhitungan rasio *Tobin's Q* lebih rasional mengingat unsur-unsur kewajiban juga dimasukkan sebagai dasar perhitungan. Dikarenakan *Tobin's Q* memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan. Jadi semakin besar *Tobin's Q* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset pertumbuhan maka semakin besar keadaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004 dalam Permanasari, 2010).

2.4 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.4.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab perusahaan (CSR) adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa, baik bagi masyarakat maupun juga dalam

mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Sedangkan menurut CSR Asia mendefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders* (Jalal,2007 dalam Ervina 2017). Dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sosialnya yang turut serta merasakan dampak aktivitas-aktivitas operasional perusahaan di lingkungan sosial. Pelaksanaan CSR diwujudkan untuk terjaga keseimbangan diantara pelaku bisnis agar semua pihak tidak ada yang dirugikan dan mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat. Perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan atas laba/profit perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan lainya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Grey et.al,1987 dalam Ervina, 2017).

2.4.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Indrawan (2011), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu :

1. Profit

Dengan diperoleh laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha dimasa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

2. Lingkungan

Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana.

3. Sosial atau masyarakat

Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan-pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar disekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal.

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup bagi masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Menurut Taridi (2009) dan Waryanto (2010), ada beberapa manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR bagi perusahaan, antara lain :

1. Pengelolaan sumber daya korporasi secara amanah dan bertanggungjawab, yang akan meningkatkan kinerja korporasi secara *sustainable*.
2. Perbaikan citra korporasi sebagai agen ekonomi yang bertanggungjawab (*good corporate citizen*) sehingga meningkatkan nilai perusahaan (*value of the firm*).
3. Peningkatan keyakinan investor terhadap korporasi sehingga menjadi lebih atraktif sebagai target investasi.
4. Memudahkan akses terhadap investasi domestik dan asing.
5. Melindungi direksi dan dewan komisaris dari tuntutan hukum.

2.4.3 Indikator *Corporate Social Responsibility*

Menurut lingkaran studi CSR Indonesia, CSR Indonesia adalah bersungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Nurdizal, 2011). Terdapat 2 indikator yang dipakai perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR. Indikator yang diterapkan oleh GRI (Global Reporting Initiative). GRI menyatakan pengungkapannya dalam 79 item pengungkapan dan indikator yang dilakukan oleh Sembiring (2005) yang terdiri dari 78 item pengungkapan di Indonesia. Hal ini disesuaikan dengan peraturan BAPEPAM no.VIII G.2 berdasarkan tentang laporan tahunan dan kesesuaian item untuk di aplikasikan di Indonesia. Berikut ini adalah daftar tabel item masing-masing indikator pengungkapan CSR oleh GRI dan Sembiring :

Tabel 2.4.3 indikator pengungkapan CSR

No	Kategori GRI	Item	No	Kategori Sembiring	Item
1	Ekonomi	9	1	Lingkungan	13
2	Lingkungan	30	2	Energi	7
3	Ketenagakerjaan	14	3	Kesehatan dan keselamatan kerja	8
4	Hak asasi manusia	9	4	Lain-lain tenaga kerja	29
5	Masyarakat	8	5	Produk	10
6	Tanggung jawab produk	9	6	Keterlibatan masyarakat	9
			7	Umum	2

Berikut ini adalah daftar item pengungkapan kegiatan CSR :

Tabel 2.4.3.1 Menurut GRI

No	Kode	Kategori
		Ekonomi
		Aspek : kinerja ekonomi
		EC1 Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya,

laba ditahan, dan pemabayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
EC2 Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi
EC3 Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
EC4 Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
Aspek : keberadaan di pasar
EC5 Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
EC6 Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
EC7 Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior local yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
Aspek : dampak ekonomi tidak langsung
EC8 Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.
EC9 Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
Indikator Kinerja Lingkungan
Aspek : material
EN1 Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
EN2 Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.
Energi
EN3 Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.
EN4 Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
EN5 Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
EN6 Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
EN7 Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang Dicapai.
Air
EN8 Total pengambilan air per sumber.
EN9 Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
EN10 Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)
EN11 Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi?) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
EN12 Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
EN13 Perlindungan dan Pemulihan Habitat.

EN14 Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
EN15 Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (<i>IUCN Red List Species</i>) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
Emisi, Efluen dan Limbah
EN16 Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
EN17 Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
EN18 Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
EN19 Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (<i>ozone-depleting substances/ODS</i>) diperinci berdasarkan berat.
EN20 NO _x , SO _x dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
EN21 Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
EN22 Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
EN23 Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
EN24 Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
EN25 Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
Produk dan Jasa
EN26 Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
EN27 Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
Kepatuhan
EN28 Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
Transportasi
EN29 Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
Keseluruhan
EN30 Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.
Indikator Kinerja Sosial
Aspek Kinerja penting yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk.
Ketenagakerjaan
Aspek: Pekerjaan

LA1 Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
LA2 Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
LA3 Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen
LA4 Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
LA5 Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan
LA6 Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
LA7 Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
LA8 Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
LA9 Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
Aspek: Pelatihan dan Pendidikan
LA10 Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
LA11 Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
LA12 Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara
LA13 Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
LA14 Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
Hak Asasi Manusia
Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan
HR1 Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
HR2 Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.

HR3 Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
Aspek: Nondiskriminasi
HR4 Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.
Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul
HR5 Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
Aspek: Pekerja Anak
HR6 Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib
HR7 Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan
HR8 Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi
Aspek: Hak Penduduk Asli
HR9 Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah langkah yang diambil.
Masyarakat
Aspek: Komunitas
S01 Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
Aspek: Korupsi
S02 Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
S03 Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
S04 Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
Aspek: Kebijakan Publik
S05 Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan
S06 Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing
S07 Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
Aspek: Kepatuhan

S08 Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
Tanggung jawab produk
Aspek : kesehatan dan keamanan pelanggan
PR1 Tahapan daur hidup dimana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan kewanamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut
PR2 Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk
Aspek : pemasaran label bagi produk dan jasa
PR3 Jenis informasi produk dan jasa yang diprasyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut
PR4 Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label , per produk
PR5 Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil yang mengukur kepuasan pelanggan
Aspek : komunikasi pemasaran
PR6 Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship
PR7 Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi dan sponsorship menurut produknya
Aspek : keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan
PR8 Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Aspek : kepatuhan
PR9 Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Tabel 2.4.3.2 Menurut Sembiring

No	Kategori
Lingkungan	
1	Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi.
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi;
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi;
4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi;

5	Konversi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas;
6	Penggunaan material daur ulang;
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan;
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan;
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11	Pengolahan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan;
13	Perlindungan lingkungan hidup.
Energi	
1	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi;
2	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi;
3	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang;
4	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi;
5	Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk
6	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk;
7	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.
Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja	
1	Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja;
2	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental;
3	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja;
4	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja;
5	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja;
6	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja;
8	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja
Lain-lain tentang Tenaga Kerja	
1	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
2	Mengungkapkan presentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial;
3	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
4	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
5	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
6	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
7	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
8	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
9	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan;
10	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
11	Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun;

12	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
13	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
14	Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada
15	Mengungkapkan disposisi staff - dimana staff ditempatkan
16	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka;
17	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan tenaga kerja;
18	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
19	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja;
20	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
21	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja;
22	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan;
23	Menbuat laporan tenaga kerja yang terpisah;
24	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh
25	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja
26	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
27	Peningkatan kondisi kerja secara umum;
28	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja;
29	Informasi dan statistik perputara tenaga kerja
Produk	
1	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya.
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk;
3	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
4	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan;
5	Membuat produk lebih aman untuk konsumen;
6	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
7	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk;
8	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan
9	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
10	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000)
Keterlibatan Masyarakat	
1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni
2	Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar
3	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;
4	Membantu riset medis;
5	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar, atau pemeran seni

6	Membiayai program beasiswa
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;
8	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;
9	Mendukung pengembangan industri lokal
Umum	
1	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
2	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas.

Tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan yang diisyaratkan oleh GRI atau indikator menurut Sembiring (2005). Rumus perhitungan index luas pengungkapan CSR (CSRI) sebagai berikut :

$$1. \text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

keterangan :

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : Jumlah keseluruhan, $n_j = 79$

X_{ij} : Jumlah item yang diungkap untuk perusahaan

1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

Dengan demikian $0 < \text{CSRDI}_j < 1$

$$2. \text{CSRI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

keterangan :

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n_j : jumlah keseluruhan item, $n_j = 78$ item

X_{ij} : jumlah item i yang diungkapkan oleh perusahaan j

Pengukuran indeks pengungkapan CSR menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) yaitu metode pengkodifikasian teks dengan ciri-ciri yang sama ditulis dalam berbagai kelompok atau kategori berdasarkan pada kinerja yang ditentukan (Weber, 1988 dalam Sembiring, 2005). Nilai 1 jika item i diungkapkan, nilai 0 jika item i tidak diungkapkan, maka dengan demikian $0 \leq \text{CSRI}_j \leq 1$.

2.5 Kinerja Keuangan

Menurut Fahmi (2013) “kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar”. Evaluasi kinerja keuangan dapat dilakukan menggunakan analisis laporan keuangan, dimana data pokok sebagai input dalam analisis ini adalah neraca dan laporan laba-rugi. Berikut ini adalah beberapa alat pengukuran yang sering digunakan oleh penelitian terdahulu untuk kinerja keuangan :

1. Rasio likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendek. Macam-macam likuiditas : *cash ratio*, *current ratio* dan *quick ratio*

2. Rasio profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal jumlah karyawan dan sebagainya. Macam-macam profitabilitas : *gross profit margin*, *operating profit margin*, NPM, ROA dan ROE.

3. Rasio nilai pasar

Rasio ini mengukur harga pasar relative terhadap nilai buku. Sudut pandang rasio ini lebih banyak berdasarkan pada investor atau calon investor. Macam-macam nilai pasar : *earnings per share*, *price earnings ratio*, *price book value*, *devidend yield* dan DPR.

Ada dua macam kinerja diukur dalam berbagai penelitian, yaitu kinerja operasi perusahaan dan kinerja pasar. Kinerja operasi perusahaan diukur dengan melihat

kemampuan perusahaan yang tampak pada laporan keuangannya. Untuk mengukur kinerja operasi perusahaan dalam penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mengukur skala besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari nilai total aset yang dimiliki perusahaan tersebut.

2.5.1 Ukuran Perusahaan

Menurut Sudiarta (2016), ukuran perusahaan adalah cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ukuran perusahaan juga merupakan salah satu kriteria yang dipertimbangkan oleh investor dalam strategi berinvestasi. Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang lebih besar akan memiliki akses yang lebih besar pula kepada peningkatan kinerja perusahaan. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005). Menurut Ghozali (2006) mengungkapkan bahwa penilaian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur total aset. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan proksi total aset, hal ini dikarenakan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Jika nilai total aset langsung dipakai begitu saja maka nilai variabel sangat besar, miliar bahkan triliun. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat di sederhanakan dengan menransformasikannya kedalam logaritma natural, tanpa mengubah proporsi dari nilai asal yang sebenarnya. Dalam melakukan perhitungan ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran perusahaan} = Ln \text{ Total Aset}$$

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang membahas tentang corporate social responsibility dan nilai perusahaan telah dilakukan, adapun penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Variabel	Metode	Hasil Penelitian	Rencana Penelitian
1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Ira Agustine (2014)	CSR (X), Nilai Perusahaan (Y)	Regresi Linier Sederhana	Menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Presentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.	Menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.
2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	Aulia Rizaldi (2015)	CSR (X), Nilai Perusahaan (Y), Profitabilitas (Z)	Regresi Linier Sederhana, Moderasi	Membuktikan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.
3	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Sektor Pertambangan Yang	Suci Ramona (2017)	CSR (X), Nilai Perusahaan (Y), Profitabilitas (Z)	Regresi Linier Sederhana, Moderasi	Menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.

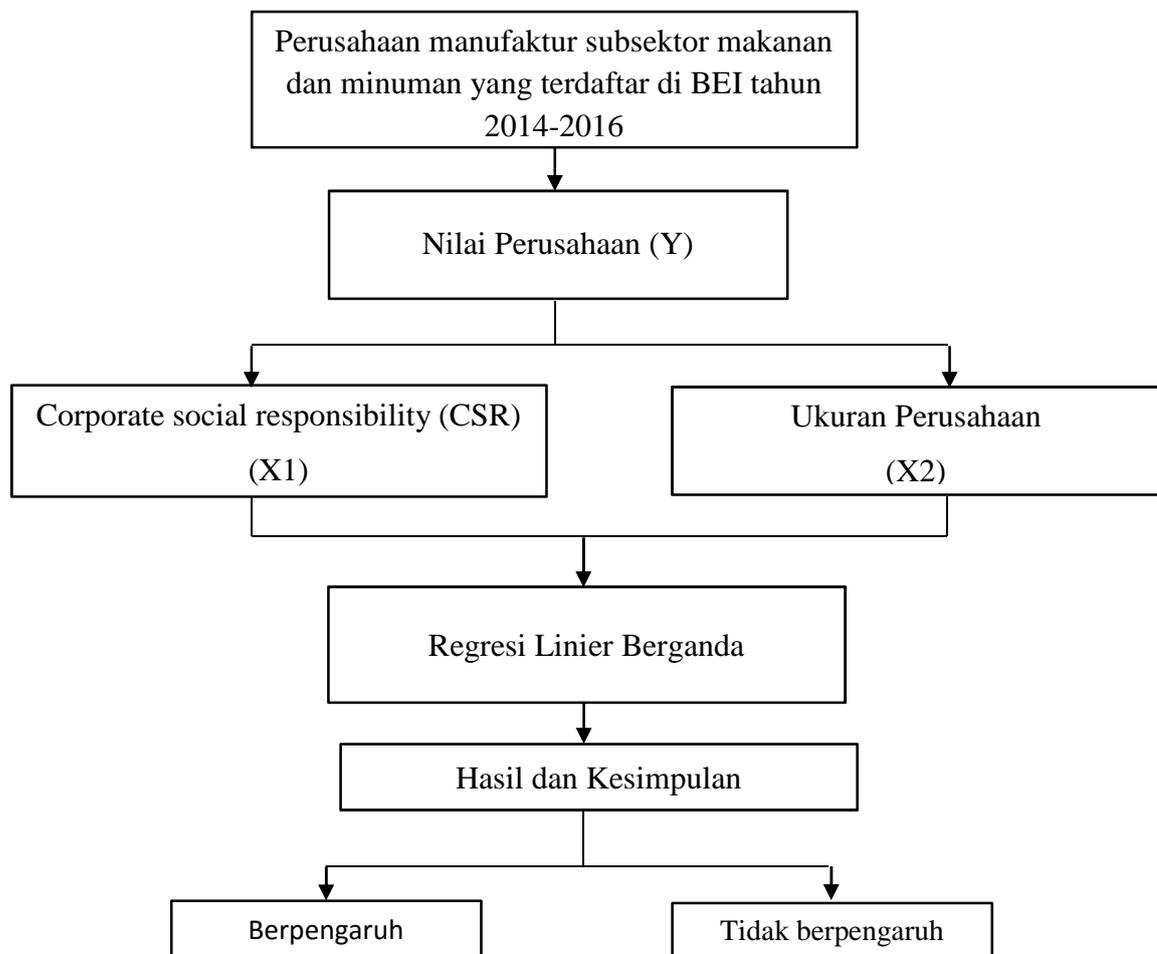
	Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015					
4	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Rudangga dan Sudiarta (2016)	Ukuran perusahaan (X1), Leverage (X2), Profitabilitas (X3), Nilai perusahaan (Y)	Regresi Linier Berganda	Menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	Menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.
5	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan	Pristianingrum (2017)	Ukuran perusahaan (X1), Profitabilitas (X2), Pengungkapan CSR (X3), Nilai Perusahaan (Y)	Regresi Linier Berganda	Menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.

2.7 Kerangka Pemikiran

Berikut penulis sajikan kerangka pikir dalam penelitian ini :

Gambar 2.5.1

Kerangka pemikiran



Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian pada gambar 2.5.1 diketahui bahwa dalam penelitian ini, perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Annual report atau laporan tahunan digunakan sebagai sarana dalam mencari data untuk perhitungan variabel penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas CSR dan Ukuran perusahaan, variabel terikat menggunakan nilai perusahaan. Kemudian dilakukan analisis regresi linier berganda untuk melihat ada dan tidaknya pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2.8 Pengembangan Hipotesis

2.8.1 Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earnings*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham diperusahaan, karena kegiatan CSR merupakan kegiatan sosial yang berpihak terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya melalui produknya, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Pada saat masyarakat menjadi pelanggan memiliki nilai positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang terus meningkat. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis umum penelitian sebagai berikut :

H1 : Diduga *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.8.2 Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan. dengan semakin besarnya ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik para investor baru untuk menanam saham di perusahaan tersebut. Karena investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Dan akan meningkatkan permintaan saham perusahaan yang akan memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Peningkatan ini menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai yang lebih besar, jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis umum penelitian ini sebagai berikut:

H2 : Diduga Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

