BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Stakeholder Theory

Perusahaan memiliki kebergantungan atas keberlangsungan hidup yang diperoleh dari dukungan para *stakeholder* dan didalamnya juga terdapat dukungan dari *shareholder* (investor dan kreditur) pegawai, pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat, termasuk lingkungan hidup sebagai bagian dari kehidupan sosial. Dukungan dari para *stakeholder* memiliki pengaruh yang sangat besar dalam keberlangsungan hidup perusahaan, oleh karena itu laporan harus diberikan kepada para *stakeholder* karena mereka mempunyai hak dalam menerima informasi mengenai bagaimana aktivitas perusahaan tersebut berperan dalam lingkungan sekitarnya (Setyaningsih dan Asyik, 2016).

Stakeholder sangat penting bagi perusahaan karena berpengaruh terhadap jalannya kegiatan bisnis perusahaan dimana dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perusahaan selalu melibatkan stakeholder. Oleh karena itu, perusahaan wajib memenuhi tuntutan dan harapan stakeholder, hal ini dilakukan agar kegiatan bisnis perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan melalui dukungan yang diberikan stakeholder kepada perusahaan. Stakeholder berharap agar perusahaan dapat menyisihkan profit atau laba yang diperoleh untuk memberikan kontribusi yang positif pada permasalahan sosial dan kelestarian lingkungan melalui kegiatan CSR. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik sehingga sumber daya perusahaan semakin besar dan akan menjadi sorotan para stakeholder. Besarnya sumber daya tersebut dapat meningkatkan harapan stakeholder akan kewajiban perusahaan terhadap pengungkapan informasi terkait kegiatan CSR, mengingat setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan akan berdampak kepada stakeholder. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR. Dengan demikian, teori stakeholder dapat mendukung hubungan antara profitabilitas dengan CSR. Selain itu, teori stakeholder dapat mendukung hubungan antara CSR

dengan nilai perusahaan. Pengungkapan kegiatan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan karena sesuai teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan wajib melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada stakeholder. Oleh sebab itu, melalui pengungkapan CSR yang baik diharapkan dapat terjalin komunikasi yang intens antara perusahaan dengan para stakeholder agar perusahaan mendapatkan dukungan penuh dari stakeholder atas segala aktivitas yang bertujuan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dan meningkatkan laba. Dukungan penuh dari stakeholder tersebut dapat menjamin stabilitas usaha dan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, hal tersebut akan berdampak terhadap kenaikan permintaan akan saham yang tercermin dari peningkatan harga saham dan nilai perusahaan.

Teori stakeholder adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang mempertimbangkan moral dan nilai dalam pengelolaan suatu organisasi. Pengakuan terhadap adanya berbagai stakeholder di luar pemegang saham (shareholders) yang dapat memengaruhi efektivitas pencapaian tujuan perusahaan telah mengubah dimensi tanggung jawab sosial perusahaan dari tanggung jawab ekonomi semata-mata dalam bentuk maksimasi laba untuk kemakmuran para pemegang saham menjadi tanggung jawab kepada sejumlah stakeholders yang lebih luas. Berdasarkan penjelasan dari stakeholder theory ini, maka perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdersnya. Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholders (Andriani & Subardjo, 2017).

Teori *stakeholder* dapat mendukung hubungan antara *CSR* dengan nilai perusahaan. Pengungkapan kegiatan *CSR* dapat meningkatkan nilai perusahaan karena sesuai teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan wajib melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan *CSR* sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada stakeholder. Oleh sebab itu, melalui pengungkapan CSR yang baik diharapkan dapat terjalin komunikasi yang intens antara perusahaan dengan para stakeholder agar perusahaan mendapatkan dukungan penuh dari stakeholder

atas segala aktivitas yang bertujuan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dan meningkatkan laba.

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham tersebut nantinya menjadi nilai unggul bagi perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang perusahaan yaitu memaksimalkan nilai pemegang saham. Jika perusahaan mampu menampilkan sinyal baik tentang nilai perusahaan maka para calon investor akan memandang perusahaan tersebut tepat sebagai alternatif investasi. Selain itu nilai perusahaan merupakan alat analisis untuk suatu keputusan yang akan di ambil oleh para investor dalam menempatkan investasinya dalam hal ini memepertimbangkan apakah suatu perusahaan tersebut akan menguntungkan atau sebaliknya. Dengan itu nilai perusahaan merupakan alat analisis untuk menjadikan keputusan para investor (Riestu, 2018).

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. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Jadi, semakin besar nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Umi Kalsum, 2017). Nilai perusahaan dapat menunjukkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah

satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasi oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi pendanaan (financing) dan manajemen aset (Andriani & Subardjo, 2017).

2.3 Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja (prestasi) merupakan sebuah proses formal untuk melakukan peninjauan ulang dan evaluasi kinerja perusahaan secara periodik. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan. Dalam evaluasi kinerja keuangan tentunya memerlukan standar tertentu baik bersifat eksternal maupun internal. Standar eksternal mengacu pada competitive benchmarking yang merupakan perbandingan perusahaan dengan pesaing utama atau industry. kinerja keuangan adalah hasil dari banyak keputusan individu yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Kinerja keuangan digunakan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan di masa lalu. Ukuran keuangan juga dilengkapi dengan ukuran-ukuran non keuangan yang menunjukkan kepuasan pelanggan, produktivitas dan cost efectiveness proses bisnis dan produktifitas serta komitmen dari tiap personal untuk menentukan kinerja keuangan di masa yang akan datang (Heriani, 2017).

Kinerja keuangan perusahaan yang baik akan membuat perubahan pada meningkatnya nilai dari sebuah perusahaan. Nilai perusahaan yang baik tentu saja akan menarik para investor untuk melakukan investasinya di perusahaan tersebut dengan harapan nantinya mereka juga akan mendapatkan keuntungan (dividen). kinerja keuangan berarti kondisi keuangan perusahaan pada periode waktu tertentu yang berbeda dari kondisi sebelumnya, dimana kinerja ini diukur dengan rasio keuangan yang terdiri dari, solvabilitas, rentabilitas, aktivitas, dan pasar. Untuk menghitung rasio keuangan perusahaan diperlukan data dan informasi akurat yang bersumber dari laporan keuangan. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kondisi keuangan yang dituangkan dalam laporan keuangan

dalam suatu periode tertentu dimana kinerja ini diukur dengan menggunakan rasio keuangan (Wahyuningsih & Widowati, 2016).

2.3.1 Return on Assets (ROA)

return on assets adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki. rasio ini dapat diukur dengan cara membagi laba bersih sesudah pajak terhadap total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Beureukat, 2018). ROA dapat memberikan pengukuran yang memadai atas efektifitas keseluruhan perusahaan karena ROA memperhitungkan penggunaan aktiva dan profitabilitas dalam penjualan. Dengan demikian, ROA dapat dijadikan salah satu indikator dalam pengambilan keputusan investor dalam memilih perusahaan untuk berinvestasi. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan assetnya, akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan Maka semakin tinggi rasio ini maka akan semkin tinggi pula kepercayaan dan minat investor untuk berinvestasi (Riestu, 2018).

Return on Assets menurut Harahap 2016 menyatakan bahwa:

"Return On Assets (ROA) menggambarkan perputaran aktiva diukur dari penjualan. Semakin besar rasio ini maka semakin baik dan hal ini berarti bahwa aktiva dapat lebih cepat berputar dan meraih laba." Tinggi rendahnya ROA tergantung pada pengelolaan aset perusahaan oleh manajemen yang menggambarkan efisiensi dari operasional perusahaan. Semakin tinggi ROA semakin efisien perusahaan dan begitu juga sebaliknya. Rendahnya ROA disebabkan oleh banyaknya aset yang menganggur, investasi persediaan yang terlalu banyak, aktiva tetap beroperasi di bawah normal dan lain-lain. Rasio profitabilitas yang paling disoroti dalam analisis laporan keuangan adalah Return On Asset (ROA), karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan.

Tinggi rendahnya ROA tergantung pada pengelolaan aset perusahaan oleh manajemen yang menggambarkan efisiensi dari operasional perusahaan. Semakin

ROA disebabkan oleh banyaknya aset yang menganggur, investasi persediaan yang terlalu banyak, aktiva tetap beroperasi dibawah normal dan lain-lain. ROA merupakan bentuk dari profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dan yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Andriani & Subardjo, 2017)

2.3.2 Return On Equity (ROE)

ROE atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan Rentabilitas Modal Sendiri (RMS) yaitu laba bersih setelah pajak terhadap total modal sendiri (equity) yang berasal dari modal pemilik, laba ditahan dan cadangan lain yang dikumpulkan perusahaan. Return on equity merupakan tingkat pengembalian atas ekuitas pemegang saham. Return on equity merupakan perbandingan antara laba bersih setelah dipotong pajak (EAT) suatu emiten dengan modal sendiri yang dimiliki. Investor menginginkan rasio yang tinggi pada suatu perusahaan. Return on equity yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan tersebut berhasil menghasilkan keuntungan dari modalnya sendiri. Peningkatan Return on equity akan ikut mendongkrak nilai jual perusahaan. Selain itu, return on equity juga dianggap sebagai represtasi dari kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan (Andriani & Subardjo, 2017).

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. *Return On Equity* mengukur kemampuan perusahaan dalam mengahsilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan. Apabila proporsi hutang makin besar, maka rasio ini juga akan semakin besar. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan sehingga kemungkinan suatu

perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Pemilik perusahaan lebih tertarik pada seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan terhadap modal yang mereka tanamkan. Alasannya adalah rasio ini banyak diamati oleh para pemegang saham serta para investor di pasar modal yang ingin membeli saham perusahaan yang bersangkutan. Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih dan perusahaan yang bersangkutan. Selanjutnya, kenaikan tersebut akan menyebabkan kenaikan harga saham dan nilai perusahaan. ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (Umi Kalsum, 2017).

2.4 Corporate Social Responsibility(CSR)

2.4.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara umum CSR merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan lebih menonjolkan kepedulian sosialnya dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Serta bagaimna memberikan pengaruh terhadap dibidang ekonomi, social dan lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor, kreditor, ataupun masyarakat. CSR merupakan tindakan nyata yang dilaksanakan oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawabannya terhadap beberapa aspek, yakni aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia juga telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007 yang terdiri dari 4 (empat) ayat. Adapun hal yang dapat disimpulkan dari Undang-Undang tersebut ialah bahwa perseroan diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan juga adanya sanksi bagi perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut (Beureukat, 2018).

Teori Corporate Social Responsibility diartikan sebagai konsep triple bottom line yaitu people, planet, dan profit. Berdasarkan pada konsep tersebut maka

perusahaan bertanggung jawab atas seluruh aktivitas sosial, lingkungan dan tidak hanya pada laba yang dihasilkan.

- 1) **Profit.** Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) **People.** Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.
- 3) **Planet.** Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati.

2.4.2 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat diteliti berdasarkan Laporan GRI (Global Reporting Initiative). Global Reporting Initiative (GRI) adalah pelaporan, pengungkapan standar yang berindikator tanggung jawab sosial yang diemban oleh perusahaan untuk menciptakan/memberikan manfaat pelaporan kepada para Stakeholder perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan acuan GRI 4 untuk pengungkapan pelaporan Corporate Social Responsibility.

Dampak yang ditimbukan oleh operasi perusahaan, menurut Global Reporting Initiative (GRI) G-4 antara lain:

a) Dampak Ekonomi

Global Reporting Initiative (GRI) G-4 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 kepentingannya.

b) Dampak Lingkungan

Dampak yang dapat ditimbulkan oleh operasi perusahaan terhadap lingkungan yang dinyatakan dalam 9 aspek, yaitu:

- 1) aspek bahan baku atau material;
- 2) aspek energy
- 3) aspek air;
- 4) aspek keanekaragaman hayati;
- 5) aspek emisi;
- 6) aspek produk dan jasa;
- 7) aspek kepatuhan;
- 8) aspek transpor; dan
- 9) aspek lingkungan menyeluruh.
- c) Dampak Sosial

GRI G-4 membagi dampak sosial kedalam 4 kategori, yaitu hak asasi manusia (human rights) tenaga kerja (labor), masyarakat(Society), serta tanggung jawab produk (product responsibility). Pengungkapan CSR memiliki beberapa manfaat, khususnya bagi perusahaan yang melakukan dan mengungkapan CSR. Manfaat pengungkapan CSR dijelaskan oleh Kotler dan Lee (2005) sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.
- 2) Memperkuat posisi merek dagang.
- 3) Meningkatkan image, kekuatan dan pengaruh perusahaan.
- 4) Meningkatkan kemampuan untuk menarik, memotivasi dan mempertahankan karyawan.
- 5) Mengurangi biaya operasional perusahaan.
- 6) Meningkatkan daya tarik investor dan analis keuangan.

2.4.3 Manfaat Corporate Social Responsibility

Aktivitas CSR secara berkelanjutan juga akan mendatangkan manfaat bagi dunia bisnis, yaitu:

- 1. Sebagai investasi social yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang;
- 2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan;
- 3. Meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen;
- 4. Meningkatkan komitmen, etos kerja, efisiensi, dan produktivitas karyawan;

- 5. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan;
- 6. Meningkatnya reputasi, goodwill dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

2.5 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu telah banyak dilakukan untuk melihat hubungan dan pengaruh antara Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan disajikan pada tabel 2.1

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Variabel	Hasil
100	Peneliti		Penelitian	Penelitian	Penelitian
1	Beureukat	Pengaruh	regresi	Profitabilita	Hasil
	(2018)	Profitabilitas	linear	s, CSR,	penelitian ini
		Terhadap	berganda	nilai	menunjukkan
		Nilai		perusahaan	bahwa
		Perusahaan			profitabilitas
		dengan			(ROA)
		Corporate			berpengaruh
		Social			positif dan
		Responsibilit			signifikan
		y Sebagai			terhadap nilai
		Variabel			perusahaan
		Moderasi			dengan tingkat
		Pada			signifikansi
		Perusahaan			pengaruh
		Pertambanga			sebesar 85%.
		n yang			
		Terdaftar Di			Hasil
		Bursa Efek			penelitian ini
		Indonesia			juga

					menunjukkan
					bahwa CSR
					berpengaruh
					1 0
					negatif dan
					signifikan
					terhadap nilai
					perusahaan
					dengan tingkat
					signifikansi
					pengaruh
					sebesar 90%.
2	Riestu	Pengaruh	regresi	Kinerja	Hasil penelitian
	(2018)	kinerja	linear	Keuangan,	menunjukan
		keuangan	berganda	Corporate	bahwa nilai
		terhadap nilai		Social	perusahaan
		perusahaan		Responsibilit	pertambangan
		dengan		y, Nilai	subsektor
		corporate		Perusahaan	batubara yang
		social			terdaftar di
					Bursa Efek
		responsibility			Indonesia
		sebagai			periode 2012-
		variabel			2016 rata-rata
		moderasi			sebesar 3,21%.
		(Pada			Secara parsial
		Perusahaan			kinerja
		pertambanga			keuangan
		n subsektor			berpengaruh
		batu bara			terhadap nilai
		periode 2012-			perusahaan.
		2016)			Secara simultan
		, , ,			pengungkapan
					corporate social
					responsibility

		<u> </u>			
					memoderasi
					kinerja
					keuangan
					terhadap nilai
					perusahaan pada
					perusahaan
					pertambangan
					subsektor
					batubara yang
					terdaftar di
					Bursa Efek
					indonesia.
3	Heriani	Pengaruh	Analisis	CSR, ROA,	kinerja
	(2017)	kinerja	Regresi	Nilai	keuangan
		keuangan	Linier	perusahaan	berpengaruh
		terhadap nilai	Berganda		positif dan
		perusahaan			signifikan
		dengan			terhadap nilai
		corporate			perusahaan.
		social			Begitu
		responsibility			juga CSR yang
		sebagai			mampu
		variabel			memoderasi
		moderasi			huhungan
		(pada			kinerja
		perusahaan			keuangan
		manufaktur			terhadap nilai
		periode 2012-			perusahaan,
		2015)			artinya
					pengungkapan
					CSR dapat
					memperkuat
					hubungan

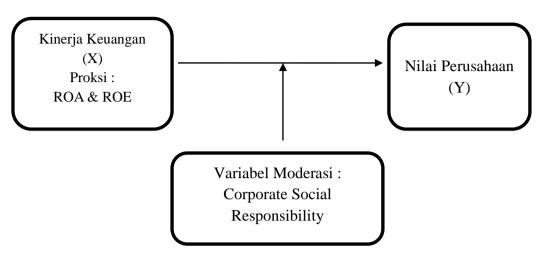
					kinerja
					keuangan
					yang
					berimplikasi
					pada
					peningkatan
					nilai
					perusahaan.
4	Panca	Analisis ROA	Analisis	ROA, ROE,	Return On
	Wahyunin	dan ROE	Regresi	Nilai	Asset (ROA)
	gsih dan	Terhadap	Linier	Perusahaan,	berpengaruh
	Widowati	Nilai	Berganda	CSR	positif dan
	(2016)	Perusahaan			signifikan
		Dengan			terhadap nilai
		Corporate			perusahaan.
		Social			Return On
		Responsibilit			Equity (ROE)
		y Sebagai			berpengaruh
		Variabel			negatif dan
		Moderating			signifikan
		(Studi Pada			terhadap nilai
		Perusahaan			perusahaan.
		BUMN yang			Return On
		Terdaftar di			Asset (ROA)
		BEI Periode			berpengaruh
		2010-2013)			positif dan
					signifikan
					terhadap nilai
					perusahaan,
					akan lebih kuat
					jika dimoderat
					dengan

		variabel
		Corporate
		Sosial
		Responsibility
		(CSR). Return
		On Equity
		(ROE)
		berpengaruh
		negatif dan
		signifikan
		terhadap nilai
		perusahaan,
		akan lebih kuat
		jika dimoderat
		dengan
		variabel
		Corporate
		Sosial
		Responsibility
		(CSR).

2.6 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini akan menggambarkan hubungan antar variabel yang dibuat oleh suatu kerangka pemikiran mengenain pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi sebagai berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.7 Bangunan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Rasio keuangan dapat mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Dorongan perusahaan dalam memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetris informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki perusahaan baik informasi keuangan maupun non keuangan. Semakin baik kinerja keuangan dari sebuah perusahaan maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan keuntungan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Profitabilitas yaitu kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada waktu tertentu. Rasio profitabilitas dapat menunjukkan kesuksesan suatu perusahaan dalam memanifestasikan keuntungan selama waktu tertentu. Profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan memperoleh profit menggunakan semua daya, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, dan jumlah. Profitabilitas yang tinggi akan menciptakan sinyal positif bagi investor dan mempunyai peran penting dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan jangka panjang agar terjamin dan prospek dimasa yang akan datang (Funawati & Kurnia, 2017).

ROA merupakan suatu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah asset yang digunakan. Ketika laba yang dihasilkan terus meningkat maka dividen yang diterima para investor juga akan ikut meningkat atau bisa dikatakan kesejahteraan para pemegang saham meningkat (Beureukat, 2018). Sejalan dengan penelitian (Heriani, 2017), (Beureukat, 2018) yang menjelaskan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan, maka semakin tinggi minat investor untuk berinvestasi dengan harapan investor akan memperoleh return tinggi sesuai yang diinginkannya. Hal ini akan mengakibatkan harga saham menjadi naik, artinya nilai perusahaan pun meningkat. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut.

Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₁: ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.7.2 Pengaruh ROE Terhadap Nilai Perusahaan

Para investor melakukan overview suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Jika investor ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan return atas investasi yang akan mereka tanamkan, yang akan dilihat pertama kali adalah rasio profitabilitas, terutama Return On Equity (ROE), karena rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan return bagi para investor. Return On Equity mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan ekuitas dimilikinya. ROE menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan menggunakan dana investasi untuk menghasilkan pertumbuhan pendapatan. ROE berguna untuk membandingkan profitabilitas antar perusahaan dengan membandingkan perusahaan dalam industri yang sama. Investor yang akan membeli saham akan tertarik dengan ukuran profitablitas tersebut (Sudibya & Restuti, 2014). ROE menunjukkan keberhasilan atau kegagalan pihak manajemen dalam memaksimumkan tingkat hasil pengembalian investasi pemegang saham dan menekankan pada hasil pendapatan sehubungan dengan jumlah yang di

investasikan. ROE dimaksudkan untuk menghitung tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh perusahaan untuk setiap satuan mata uang yang menjadi modal perusahaan. Melalui rasio ini perusahaan dapat mengetahui kinerja perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia yang nantinya diperuntukkan bagi para pemegang saham. Dalam pengertian ini, seberapa besar perusahaan memberikan imbal hasil tiap tahunnya per satu mata uang yang diinvestasikan investor ke perusahaan tersebut digunakan untuk mengukur besarnya pengembalian terhadap investasi para pemegang saham (Andriani & Subardjo, 2017).

Sejalan dengan penelitian (Wahyuningsih & Widowati, 2016) yang menyatakan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ROE semakin besar pula harga pasar, karena besarnya ROE memberikan indikasi bahwa pengembalian yang akan diterima investor akan tinggi sehingga investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut dan menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Peningkatan harga saham serta harga pasar tersebut akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₂: ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.7.3 Pengaruh moderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap ROA dengan Nilai Perusahan

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan image perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Dalam konteks *Corporate Social Responsibility* pengaruh Alokasi Biaya Tanggung Jawab terhadap profitabilitas dapat dilihat dari beberapa penelitian antara lain *Waddock* dan *Graves* (1997) menemukan bahwa tangung jawab sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan serta memiliki hubungan positif. Sejauh mana manajemen mengelola kekayaannya dilihat melalui nilai

perusahaannya. Para pemodal umumnya menyerahkan pengelolaan perusahaannya kapada orang-orang yang kompeten dalam bidangnya sebagai manajer ataupun komisaris. Semakin tinggi kualitas CSR yang dilaksanakan dan diungkapkan dalam laporan tahunan, akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan, sehingga investor lebih tertarik untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan (Purwaningsih dan Wirajaya, 20014).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih dan Widowati (2016) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR dapat memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menemukan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderating. Sejalan dengan penelitian (Beureukat, 2018), (Heriani, 2017) yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderisasi hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan. perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sekitarakan mampu mencapai stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang. Bedasarkan teori, penelitian sebelumnya dan pemikiran peneliti maka hipotesis kedua yang diturunkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: Corporate Social Responsibility dapat memoderasi hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan.

2.7.4 Pengaruh moderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap ROE terhadap Nilai Perusahan

Desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Strategi perusahaan seperti *Corporate Social Responsibility* dapat dilakukan untuk memberikan *image* perusahaan yang baik kepada pihak eksternal. Perusahaan dapat memaksimalkan modal pemegang saham, reputasi perusahaan, dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*. Disamping kinerja keuangan yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungakan item *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai tambah

yang berkembang dan berkelanjutan. Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dibanding dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, mereka kan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misal untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat, program pelestarian lingkungan, dan lain sebagainya (Munawaroh & Priyadi, 2014).

Semakin tinggi tingkat ROE pada suatu perusahaan, maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan tersebut akan semakin besar pula. Selain itu, apabila perusahaan tersebut peduli akan lingkungan dianggap lebih memperhatikan kinerja perusahaan dimasa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Perusahaan dengan tingkat ROE yang tinggi cenderung berusaha meningkatkan CSR untuk meyakinkan para investor, bahwa perusahaan tersebut tidak hanya memperhatikan dampak jangka pendek saja namun juga tujuan jangka panjangnya yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang diperoleh (Wahyuningsih & Widowati, 2016) yang menyatakan bahwa CSR dapat memoderisasi hubungan antara ROE dengan nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini mendapatkan hasil bahwa ROE tidak dapat mempengaruhi hubungan antara ROE dengan nilai perusahaan.

berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H₄: Corporate Social Responsibility dapat memoderasi hubungan antara ROE dengan nilai perusahaan.