

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin pesat sekarang ini, setiap perusahaan harus meningkatkan daya saing secara terus-menerus. Berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tujuan dari berdirinya suatu perusahaan. Tujuan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal, tujuan yang kedua adalah untuk memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemegang saham, sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat berdampak pada nilai harga saham. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Tujuan jangka panjang dari dibentuknya suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal. Dimana permintaan dan penawaran tersebut yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan secara riil (Harmono, 2017:233). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada

kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek keuangan di masa yang akan mendatang. Entitas atau perusahaan yang baik harus mampu meningkatkan kondisi finansial maupun nonfinansialnya dalam upaya meningkatkan eksistensi nilai perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimumkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, sebab semakin tinggi nilai suatu perusahaan maka semakin baik nilai perusahaan di mata investor maupun calon investor sehingga dapat menarik perhatian calon investor untuk menanamkan sebagian atau seluruh modalnya ke perusahaan tersebut. Dengan memaksimumkan nilai perusahaan itu berarti perusahaan mampu memakmurkan pemilik perusahaan (manajer) maupun para pemegang saham (prinsipal) yang merupakan salah satu tujuan dari sebuah perusahaan. Dalam peningkatan nilai perusahaan harus ada kerja sama yang baik antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya yang meliputi *shareholder* maupun *stakeholder*. Dalam penelitian ini pengukuran nilai perusahaan adalah dengan menggabungkan antara nilai buku dan nilai pasar ekuitas, yaitu melalui rasio Tobin's Q. Tobin's Q merupakan rasio nilai pasar aset perusahaan (diukur dengan nilai pasar dari saham yang beredar ditambah dengan utang perusahaan) terhadap *replacement cost aset* perusahaan (Lingga dan Suaryana, 2017). Pengukuran ini lebih unggul karena meringkas informasi yang akan datang yang relevan dengan keputusan investasi perusahaan dan memberikan gambaran tentang sejauh mana pasar menilai perusahaan dari berbagai aspek yang dilihat oleh pihak luar termasuk investor.

Menurut Putra, dkk (2019) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewantari, dkk (2019) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas. Sedangkan peneliti Herninta (2019), menyatakan ada empat faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, leverage, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sesuai dengan yang diungkapkan oleh Putra, dkk (2019) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas.

Menurut Ardiyanto (2017:1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk pertanggungjawaban bagi stakeholder eksternal maupun stakeholder internal yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan diharapkan untuk dapat memberikan hubungan timbal balik yang baik terhadap stakeholder dan lingkungannya sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik. Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Tahun 2007 yang mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan menyatakan “Tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan dengan memerhatikan kepatuhan dan kewajaran.” Hal ini yang menjadi dasar hukum bagi perusahaan untuk bertanggung jawab dalam lingkup sosial dan lingkungannya. Menurut Sulistyaningsih, dkk (2017:787) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai inti dari estetika

bisnis bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal. Padahal kepedulian perusahaan untuk menyisihkan dana aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berkelanjutan pasti mendatangkan manfaat bagi kelangsungan perusahaan itu sendiri yaitu dapat mempertahankan citra dan nilai perusahaan dimata masyarakat khususnya konsumen dan investor. Untuk itu dibutuhkan sarana yang dapat mempermudah perusahaan dalam memberikan informasi yang berhubungan dengan aspek sosial, lingkungan, dan keuangan suatu perusahaan secara sekaligus dapat berupa laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan yang terpisah. Dalam penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai pedoman pengungkapan CSR. Menurut Cheng dan Christiawan dalam Mariani (2016:2819) menyatakan konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report*, dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line* yang tidak hanya melaporkan dari perspektif ekonomi saja, melainkan dari perspektif ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari ketiga perspektif tersebut kemudian diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab terhadap produk.

Di Indonesia sendiri kesadaran pelaku dunia usaha terhadap tanggung jawab sosial cukup baik tetapi masih ditemui beberapa pelanggaran terhadap tanggung jawab social. Salah satunya fenomena yang terjadi pada Perusahaan Group Sinar Mas yaitu PT. Foresta Lestari Dwikarya tepatnya di Desa Kembiri, Belitung tidak memerhatikan lingkungan yang ada di sekitar selama

tiga kali berturut-turut yaitu sejak tahun 2016 hingga 2018 akibatnya pencemaran limbah sawit perusahaan mengganggu aktivitas para nelayan dan masyarakat sekitar khususnya pada musim penghujan atau diakhir tahun sejak 2016 hingga 2018 (Aryandi, 2019). Fenomena serupa juga terjadi di Kota Medan pelanggaran dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial oleh PT. Expravet Nasuba sejak tahun 2013 hingga 2018 yang tidak ada itikad baik dari perusahaan untuk membuang limbah akhir yang masih dialirkan ke Sungai Deli akibatnya sepanjang aliran Sungai Deli tercemar dan terjadi kerusakan ekosistem air. Perusahaan akhirnya dijatuhi hukuman berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Penegelolaan Lingkungan Hidup, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2001 tentang Pengelolaan Kualitas Air dan Pengendalian Pencemaran Air serta mendapatkan ancaman pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak sebesar Rp 3 Milyar (Karokaro, 2018).

Berdasarkan fenomena pelanggaran yang dilakukan oleh beberapa pelaku dunia usaha, menyebabkan mereka harus menanggung resiko dari ketidakpatuhan terhadap peraturan yang berlaku di negara Indonesia hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, citra perusahaan dimata masyarakat dan tentu keinginan investor untuk menanamkan saham ke perusahaan akan hilang. Dengan begitu dapat disimpulkan pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sangat berdampak terhadap lingkungan sekitar sekaligus dapat menarik loyalitas konsumen pada produknya dalam jangka waktu yang lama, maka

berdampak pada penjualan yang meningkat serta profit perusahaan yang nantinya akan meningkat. Semakin tinggi profit yang diperoleh, maka kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kewajiban menjadi lebih baik dan nilai perusahaan semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan menerapkan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka akan direspon positif oleh pelaku pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018), Junardi (2019) mengenai *corporate social responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan. Hasil penelitian memperoleh adanya pengaruh positif antara *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina dan Setiadi (2020) memperoleh hasil *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dimana semakin meningkat *corporate social responsibility* (CSR) maka meningkat juga nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Jannah (2020) menyatakan pendapat yang berbeda, dimana ia memperoleh hasil *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sirait (2017:139) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba secara komprehensif, mengkonversi penjualan menjadi keuntungan dan arus kas. Sedangkan menurut Adhitya dalam Jannah (2019) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba selama periode tertentu. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan. Dalam penelitian ini, mengukur profitabilitas dengan menggunakan rasio *Return on Asset (ROA)*. *Return on Asset (ROA)* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah aktiva yang tersedia didalam perusahaan. Rasio ini menunjukkan apabila semakin tinggi rasio ini, maka dapat dikatakan semakin baik pula keadaan perusahaan, begitu juga sebaliknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Raningsih dan Artini (2018), Fasya (2018), Benne dan Moningka (2020) dan Soniami, dkk (2021) mengenai profitabilitas dan nilai perusahaan. Hasil penelitian memperoleh adanya pengaruh positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Candra (2021) memperoleh hasil profitailitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dimana semakin tinggi profitabilitas maka tinggi juga nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Yusmaniarti, dkk (2020) menyatakan pendapat yang berbeda, dimana ia memperoleh hasil profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan tidak lagi hanya dihadapkan pada tanggung jawab dari segi keuntungan secara ekonomis, yang ditunjukkan dalam kondisi keuangan,

namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. *Corporate Social Responsibility* memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan pertambangan. Harapannya adalah ketika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik yang disertai kepeduliannya terhadap lingkungan, masyarakat sekitar akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi di wilayah mereka. Sehingga perusahaan akan mulai berinvestasi dalam *Corporate Social Responsibility* untuk mengantisipasi kinerja yang kuat di masa depan.

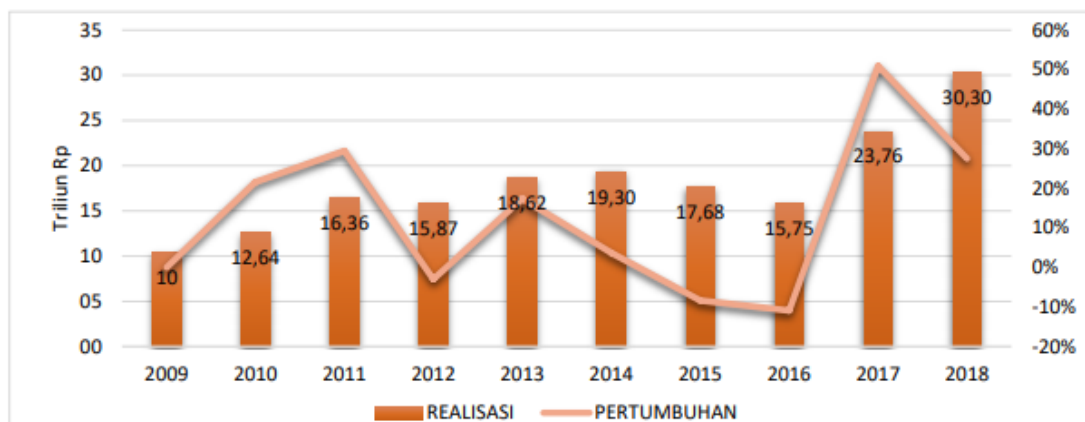
Meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan cara penyebaran informasi. Sesuai dengan *Signalling Theory* yang merupakan sinyal yang dibuat oleh perusahaan untuk investor, dimana perusahaan dapat memberikan sinyal kepada pemegang saham, baik itu sinyal positif (good news) maupun negatif (bad news). *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi sinyal positif yang diberikan pihak manajemen kepada seluruh *stakeholder* termasuk calon *investor* mengenai prospek perusahaan di masa depan serta menunjukkan nilai lebih yang dimiliki oleh perusahaan atas kepeduliannya terhadap dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas perusahaan (Lindawati dan Puspita, 2015). Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi tentunya investor akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan berupa pergerakan harga saham yang cenderung naik. Dengan demikian tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh pada pergerakan harga saham yang cenderung

naik pada gilirannya juga akan mempengaruhi volume saham yang diperdagangkan. Dengan pergerakan harga saham yang cenderung meningkat tentunya akan berpengaruh terhadap meningkatnya return saham perusahaan.

Pada penelitian ini peneliti memilih perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek ini diambil karena sebagai salah satu sektor yang penting di Indonesia. Perusahaan pertambangan dalam kegiatan produksinya secara langsung mengolah sumber daya alam yang ada di sekitarnya. Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya di bidang pertambangan. Perusahaan pertambangan memberikan kontribusi yang cukup baik pada pendapatan negara bukan pajak. Sektor pertambangan merupakan salah satu penyumbang utama PNBPN di APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) di Indonesia. Selain itu masih banyak pihak yang menilai sektor pertambangan sebagai kegiatan eksploitasi lingkungan semata. Padahal, kegiatan eksplorasi dan eksploitasi selalu berjalan seiring dengan pengelolaan lingkungan, seperti reklamasi (Syahrul, 2019). Berikut grafik perkembangan Realisasi PNBPN Pertambangan Minerba periode 2009 hingga 2018 :

Gambar 1.1

Perkembangan Realisasi PNBP Pertambangan Minerba 2009-2018



Sumber: LKPP 2009-2017 dan APBN

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 dimana sejak tahun 2009, PNBP pertambangan minerba menunjukkan tren yang meningkat atau naik dari Rp10 triliun menjadi Rp16,36 triliun pada tahun 2011. Kenaikan selama tiga tahun tersebut terhenti dan kemudian mengalami pertumbuhan negatif sebesar 3% atau berkurang menjadi Rp15,87 triliun pada tahun 2012. Pada tahun 2013 dan 2014 kembali meningkat masing-masing sebesar 17% dan 4% atau menjadi Rp18,62 dan Rp19,30 triliun. Tren penurunan kembali terjadi pada 2015 dan 2016 masing-masing sebesar Rp17,68 dan Rp15,75 atau berkurang masing-masing sebesar minus 8% dan 11%. Pada tahun 2017 dan 2018, realisasi PNBP pertambangan minerba kembali meningkat sangat signifikan masing-masing menjadi Rp23,76 triliun dan Rp30,3 triliun atau sebesar 50% dan 28%. Pertumbuhan PNBP pertambangan minerba tertinggi dicapai pada tahun 2017 dan terendah pada tahun 2016 dengan minus sebesar 11%.

Realisasi PNBP pertambangan minerba juga terlihat tumbuh relatif signifikan dalam satu dekade terakhir. Rata-rata realisasi PNBP

pertambangan minerba tumbuh sebesar 13% per tahun. Sektor minerba menyumbang PNBPN terbesar ketiga setelah minyak bumi dan gas. Rata-rata sumbangan PNBPN pertambangan minerba sebesar Rp18,074 triliun per tahun. Jika dilihat dari jumlah, PNBPN pertambangan minerba tertinggi dicapai pada tahun 2018 sebesar Rp30,3 triliun dan terendah pada tahun 2009 sebesar Rp10 triliun.

Sektor pertambangan menjadi bernilai jika memiliki dampak positif pada lingkungan perusahaan. Memprioritaskan eksplorasi endapan mineral baru, dan terus bekerja sama dengan industri, dapat mengubah keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif dan memastikan kontribusi positif sektor pertambangan terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Di sinilah program *Corporate Social Responsibility* dari sektor pertambangan sangat penting dalam menggarisbawahi operasi mereka. Operasional perusahaan yang bertanggung jawab, berkelanjutan, dan tidak meninggalkan bumi telanjang. Sehingga peneliti mengharapkan dapat memperoleh hasil penelitian mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan ini.

Periode yang dipilih dalam penelitian ini yaitu selama lima tahun yaitu 2015-2019. Alasan dipilihnya periode yang dimulai pada tahun tersebut karena produksi batubara mengalami perubahan grafik naik turun. Perubahan grafik tersebut diakibatkan oleh faktor eksternal yaitu akibat perang dagang antara Tiongkok dan Amerika Serikat. Ditambah dengan situasi yang ini

berubah drastis pasca COVID-19 yang terjadi pada awal tahun 2019 yakni terjadi krisis global dan menyebabkan harga komoditas menurun begitu cepat.

Ketika kondisi ekonomi naik turun, nilai perusahaan juga mengalami fluktuatif. Dengan adanya fenomena ini, perkembangan batubara juga dapat menyebabkan dampak ekonomi tidak langsung terhadap kesehatan dan kesejahteraan penduduk setempat karena perusahaan pertambangan selain menguntungkan juga menimbulkan polusi. Jika mengalami pengaruh dari dampak tersebut, apakah dengan adanya peningkatan program *Corporate Social Responsibility* yang semakin baik, persepsi positif mengenai kinerja dan performa nilai perusahaan juga semakin baik dan berpengaruh terhadap meningkatnya harga saham suatu perusahaan pada periode penelitian tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, rumusan masalah yang dirumuskan dalam penelitian antara lain:

- 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019?

- 2) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dilakukan penelitian ini yaitu membuktikan secara empiris antara lain:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis maupun praktis bagi semua yang terkait pentingnya *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat menjadi sumber informasi ataupun menjadi sumber acuan di dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan manajer untuk mengambil sebuah keputusan di dalam menjalankan manajemen perusahaan terutama mengenai *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

3. Bagi Masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Dalam pelaksanaan penelitian ini diperlukan pemahaman terhadap sejumlah teori-teori untuk mendukung terhadap berbagai dasar yang dijadikan patokan dalam membangun penelitian ini, teori-teori tersebut merupakan kontribusi dari berbagai sumber dan literatur.

2.1.1 *Signalling Theory*

Signalling Theory atau teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan secara sengaja memberikan sinyal kepada pasar. Diharapkan pasar akan memberikan reaksi dan memberi pengaruh terhadap harga saham perusahaan. Apabila sinyal perusahaan yang diberikan adalah kabar baik (*good news*) maka diharapkan dapat meningkatkan harga saham perusahaan, sebaliknya apabila sinyal yang diberikan kabar buruk (*bad news*) maka harga saham akan mengalami penurunan. Sinyal-sinyal tersebut dapat diberikan perusahaan melalui penyampaian informasi keuangan (Kombih dan Suhardianto 2017).

Menurut Rustiarini dalam Firdiana (2016) teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal maupun pihak internal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Bagi investor, informasi tersebut sangat penting karena informasi tersebut berisi penjelasan tentang kondisi perusahaan dan prediksi di masa mendatang.

Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan.

Salah satu informasi non keuangan yang diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Meningkatnya reputasi perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga menjadi sinyal positif bagi para investor untuk melakukan investasi. Selain itu, tingkat profitabilitas juga menjadi salah satu sinyal yang baik untuk menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menyebabkan harga saham akan tinggi yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Sehingga para investor yakin dengan profitabilitas yang tinggi maka prospek perusahaan di masa mendatang akan baik pula.

2.1.2 Stakeholder Theory

Freeman dalam Safitri (2015) menyatakan bahwa teori stakeholder adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab. Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun

dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Stakeholder perusahaan terdiri atas berbagai pihak yaitu pemegang saham, investor, kreditor, pemerintah, pelanggan, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* yang dapat dilakukan dengan memberikan informasi kinerja perusahaan baik dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* dan agar dapat dukungan dari para *stakeholder* untuk keberlangsungan perusahaan. Adanya dukungan dan kinerja *stakeholder* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi.

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Menurut Said (2018:23) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan secara internal mampu berproduksi dengan baik, mencapai profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya.

Corporate Social Responsibility (CSR) bisa dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya (Nurlela, 2019:11). Dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Sedangkan menurut Rusmana et al (2019:72) *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan meningkatkan kualitas lingkungan dan juga kesejahteraan masyarakat dengan mempertimbangkan dampak negatif yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu tindakan atau upaya yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat atau lingkungan sekitar baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative (GRI)* sebagai pedoman pengungkapan CSR. Menurut Cheng dan Christiawan dalam Mariani (2016:2819) menyatakan konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report*, dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line* yang tidak hanya melaporkan dari perspektif ekonomi saja, melainkan dari perspektif ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Konsep *triple bottom line* (3P) berkembang dengan adanya ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility*. Menurut ISO 26000, *Corporate Social Responsibility* sangat berkaitan terhadap pengaruh dari keputusan dan kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan. Kegiatan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memenuhi harapan pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum yang ditetapkan serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. ISO 26000 ini hanya memuat panduan (*guidelines*) saja dan bukan pemenuhan terhadap persyaratan, karena ISO 26000 ini sebagai standar sistem manajemen dan tidak digunakan sebagai standar sertifikasi sebagaimana ISO – ISO lainnya (Isocenterindonesia, 2016).

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu dasar penilaian kondisi perusahaan (Hery, 2017:7). Ukuran profitabilitas dapat dibagi menjadi berbagai indikator, seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau asset, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Menurut Kasmir (2016:117) profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

Sedangkan menurut Sirait (2017:139) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba secara komprehensif, mengkonversi

penjualan menjadi keuntungan dan arus kas. Profitabilitas ini memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam mencari keuntungan. Profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik yang dapat memicu investor dalam meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan berpengaruh pula terhadap peningkatan nilai perusahaan (Rahayu dan Sari, 2018).

Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Semakin baik profitabilitas perusahaan, prospek perusahaan bagi investor di masa depan akan baik. Akan tetapi jika laba yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan akan memicu tindakan oportunistik yang dilakukan manajemen agar laba yang dihasilkan sesuai yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, mengukur profitabilitas dengan menggunakan rasio *Return on Asset (ROA)*. *Return on Asset (ROA)* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva. Semakin tinggi nilai ROA, dapat diartikan bahwa perusahaan telah efisien dalam menciptakan laba dengan cara mengolah dan mengelola semua aset yang dimilikinya.

2.1.5 Nilai Perusahaan

Salah satu hal yang dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan dimana investor tersebut akan menanamkan modal (Ernawati dan Widyawati, 2015:4). Berdasarkan pandangan keuangan nilai perusahaan adalah nilai kini (*present value*) dari pendapatan mendatang (*future free cash flow*). Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual-belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan.

Menurut Fenty Fauziah (2017:2) nilai perusahaan adalah alat ukur investor untuk mengetahui kinerja perusahaan, berkenaan dengan investasi yang telah atau akan mereka lakukan dan prospeknya dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham mencerminkan potensi perusahaan di masa depan atau penilaian investor secara keseluruhan atas modal yang dimiliki perusahaan. Pada dasarnya harga saham dihitung dari nilai sekarang dari dividen yang akan diterima, semakin tinggi nilai saham maka akan berpengaruh terhadap kekayaan pemegang saham.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang bisa disebut juga dengan harga saham. Harga saham yang tinggi maka nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar.

Menurut Harmono (2017:114) adapun indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan :

1. *Price Book Value (PBV)*

Price book value merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kekayaan pemegang saham.

2. *Price Earning Ratio (PER)*

Price earning ratio adalah harga per lembar saham, indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan laba rugi bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earnings.

3. *Earning Per Share (EPS)*

Earning Per Share atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.

4. Tobin's Q

Analisis Tobin's Q juga dikenal dengan rasio Tobin's Q. rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar

keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi dimasa depan.

Dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan menggunakan rasio Tobin's Q karena rasio ini mengarah pada potensi pertumbuhan investasi, potensi perkembangan harga saham, dan potensi kemampuan manajer dalam mengelola aktiva perusahaan. *Tobin's Q* adalah ukuran mengenai seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber daya ekonomi (Ngatemin *et al.*, 2018). *Tobin's Q* dihasilkan dari penjumlahan nilai pasar saham (*market value of outstdaning shares*) dan nilai pasar hutang dibandingkan dengan total aset. Rasio ini menghitung semua unsur hutang dan modal saham perusahaan yang masuk ke dalam seluruh aset suatu perusahaan. Dengan demikian rasio tersebut digunakan karena rasio *Tobin's Q* mencerminkan ekspektasi pasar yang relatif bebas dari manipulasi manajerial (Hoytet *al* dalam Devi 2017).

Rasio Tobin's Q yang bernilai dibawah 1 menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *undervalued* yang berarti bahwa manajemen telah gagal dalam mengelola aktiva perusahaan sertaberpotensi mengalami pertumbuhan investasi yang rendah. Tobin's Q yang bernilai sama dengan 1 menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *average*, yang berarti manajemen berhasil dalam mengelola aktiva perusahaan, serta potensi pertumbuhan investasi tinggi. Jika rasio Tobin's Q diatas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba dan dapat

memberikan nilai lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan akan mempengaruhi tumbuhnya investasi baru.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebaga acuan penulisan penelitian saat ini antara lain adaah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi”. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016. Sampel penelitian ini adalah 22 perusahaan selama 3 tahun berturut-turut, sehingga total sampel sebanyak 66 sampel dengan metode penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji hipotesis tersebut. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Variabel *leverage* memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Fasya (2018) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan CSR terdahap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur

dan menganalisis nilai tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang merupakan perusahaan yang bergerak di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dan diperoleh 55 perusahaan. Data yang dikumpulkan merupakan data sekunder dengan metode dokumentasi melalui www.idx.com. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Alat analisis yang digunakan untuk mengukur hipotesis adalah SPSS 24. Hasil penelitian ini adalah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas positif terhadap nilai perusahaan, dan Profitabilitas memoderasi pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Raningsih dan Artini (2018) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Moderasi”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV dengan CSR (ekonomi, lingkungan, sosial) sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2016. Penentuan sampel menggunakan metode *non probabilitas* dengan teknik *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 12 perusahaan manufaktur dengan total amatan sebanyak 48. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi moderasi. Hasil penelitian

ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR Ekonomi dan Sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR Lingkungan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Implikasi praktis yang dapat diberikan dari temuan penelitian ini adalah kajian ini dapat dijadikan acuan dasar dalam memotivasi perusahaan untuk lebih meningkatkan total aset perusahaan karena aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan yang dapat meningkatkan profitabilitas sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Junardi (2019) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating”. Bentuk penelitian menggunakan asosiatif kausal. Pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi dan studi pustaka yang bersumber pada laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* didapatkan jumlah sampel dipenelitian ini sebanyak 40 perusahaan manufaktur. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kemudian, ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi tidak mampu memperkuat pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Karina dan Setiadi (2020) yang berjudul “Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Pemoderasi”. Penentuan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik sampling dengan menggunakan pertimbangan dan batasan tertentu sehingga sampel yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 12 perusahaan yang terdaftar di IICG. Data dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Kedua, *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel *moderating* memperlemah terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Jannah (2020) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi”. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria yaitu 6 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji MRA dengan aplikasi SPSS versi 23. Pengungkapan CSR dalam penelitian ini menggunakan standar GRI-

G4 dengan total 91 item kriteria pengungkapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Benne dan Moningka (2020) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI”. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh 35 perusahaan sebagai sampel penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Yusmaniarti, dkk (2020) yang berjudul “Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan”. Jenis penelitian kuantitatif, data yang digunakan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang property dan *real estate* di bursa efek indonesia pada periode 2015-2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria-kriteria tertentu sehingga

terpilih 20 perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan Komite Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Komisaris Independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Soniami, dkk (2021) yang berjudul “Analisis Pengaruh CGC, CSR, dan ROA terhadap Nilai Perusahaan”. Populasi penelitian ini adalah 22 perusahaan pertambangan batubara yang *listing* di BEI periode 2016-2018, sampel dalam penelitian ini sebanyak 17 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Return On Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Candra (2021) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan”. Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Subjek penelitian adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI dan objeknya adalah profitabilitas, pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Data dikumpulkan dengan pencatatan dokumen, dan dianalisis dengan

analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan pengungkapan CSR secara bersama-sama serta signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

