BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman memberikan nilai persaingan uang ketat untuk banyak perusahaan yang bergerak di berbagai sektor bisnis. Persaingan menuntut perusahaan-perusahaan untuk menempatkan dirinya dalam posisi yang stabil dan bersaing sehingga dapat bertahan dan berkembang dengan nilai perusahaan yang baik yang menjadi pertimbangan khusus bagi para investor dalam menanamkan modalnya. Nilai perusahaan berbanding lurus dengan tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba dari waktu ke waktu sebagai suatu ukuran kinerja perusahaan dan sebagai sarana untuk memberikan pengaruh terhadap presepsi investor terhadap perusahaan. Oleh karena itu, informasi perusahaan sangat dibutuhkan bagi investor untuk mengetahui kinerja dan nilai perusahaan. Informasi tersebut diketahui melalui sinyal atau informasi dari eksternal perusahaan maupun internal perusahaan, begitu juga dengan keuntungan dan kebijakan dividen, investor bisa mengetahui besar kecilnya saham pada sebuah perusahaan tersebut dengan adanya informasi-informasi perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Hemastuti, 2014:3).

Nilai perusahaan adalah hal terpenting yang wajib diperoleh perusahaan dengan maksimal. Penilian yang maksimal dari suatu perusahaan dilihat dari

kemampuan bertahan dalam keberlangsungan hidup perusahaan, maka nilai perusahaan dapat tetap terjaga dengan baik (Rumajar, 2018). Menurut Ananda, dkk (2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah nilai pasar atau yang berhubungan dengan harga saham, surat berharga, modal dan hutang dalam perusahaan yang beredar. Artinya nilai perusahaan merupakan penilaian secara keseluruhan dalam perusahaan yang berkaitan dengan persepsi investor yang berhubungan dengan harga saham yang beredar, ekuitas, dan laba yang diperoleh perusahaan. Nilai perusahaan meningkat apabila perusahaan mampu memaksimalkan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham (Rumajar, 2018). Oleh karena itu, dalam melakukan peningkatan justru membutuhkan informasi tambahan yang dapat menggugah dan menarik minat *stakeholder* serta dapat memberikan kesan positif bagi pihak eksternal perusahaan terutama masyarakat salah satunya terkait dengan informasi tanggungjawab sosial dan lingkungan atau disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Nilai perusahaan penting untuk diteliti karena mencerminkan pertumbuhan dan kinerja manajemen perusahaan tersebut. Pertumbuhan perusahaan terlihat dari adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika harga saham perusahaan tinggi maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan tersebut juga baik. Nilai perusahaan dapat di tingkatkan dengan meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam perkembangan dunia bisnis saat ini, isu *corporate sosial responsibility* (CSR) kini telah menjadi salah satu isu penting bukan hanya bagi perusahaan saja namu juga bagi *stakeolders* perusahaan. Operasi perusahaan yang

UNMAS DENPASAR

berada pada lingkungan masyarakat menimbulkan konsekuensi, yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat (Karundeng, dkk 2018). Bagi perusahaan yang kurang perduli terhadap lingkungannya akan mendapatkan berbagai macam kerugian, baik yang terjadi langsung saat itu ataupun yang terjadi dimasa yang akan datang.

Hubungan CSR terhadap nilai perusahaaan ini merujuk pada penelitian Kalsum (2017); Nikmah (2019); Artiani (2021); Diniawati dan Fudianti (2016); Humairoh (2017); Meliada dan Dwipa (2018); Marius dan Masri (2017), yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena penerapan CSR yang dilakukan perusahaan akan membantu perusahaaan dalam memperhatikan tiga aspek terpenting yang wajib perusahaan aplikasikan yaitu aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Untuk mengetahui hubungan keduanya maka dibutuhkanlah peran moderasi tentunya berkaitan dengan faktor-faktor nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai suatu bagian bahwa variabel ini dapat meningkatkan hubungan keduanya.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan gagasan yang membuat perusahaan bertanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Bertanggung jawab dalam mengelola dampak negatif suatu perusahaan atau melakukan suatu kegiatan pengolahan lingkungan akibat dari dampak negatif dari operasional perusahaan adalah bagian sistematis yang harus dilaksanakan perusahaan tanpa syarat apapun, karena tanggung jawab sosial akan dilihat sebagi suatu sikap penting dalam peningkatan laba dalam memperkuat nilai perusahaan (Putra dkk, 2017).

UNMAS DENPASAR

Apabila suatu perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara berkesinambungan maka pasar akan dapat memberikan apresiasi positif yang akan diperlihatkan dengan kenaikan harga saham perusahaan dan juga menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Walaupun dengan melakukan tanggung jawab sosial, perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya yang akan mengurangi pendapatan perusahaan, namun apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya secara berkesinambungan dan konsisten, maka citra perusahaan di pihak eksternal perusahaan akan semakin baik. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya menambah biaya namun dapat berguna sebagai alat marketing bagi perusahaan apabila CSR dilaksanakan berkesinambungan (Murnita dan Putra, 2018).

Corporate Social Responisbility (CSR) harus didukung oleh variabel moderasi untuk lebih memperkuat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Variabel moderasi merupakan variabel yang memperkuat tetapi juga bisa memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Profitabilitas merupakan variabel moderasi yang memperkuat hubungan CSR dan nilai perusahaan karena profitabilitas yang tinggi membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel dalam melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Perusahaan yang besar diharapkan bias mengungkapkan informasi CSR yang menjelaskan tentang perhatian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, yang bisa mempertahankan legitimasi perusahaan. Dengan kata lain semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas (Karundeng dkk, 2018).

UNMAS DENPASAR

CSR terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan sangatlah penting, karena dengan adanya CSR dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modalnya kepada perusahaan yang memiliki kepedulian sosial, dengan menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan perusahaannya, terutama perusahaan sektor pertambangan yang kegiatan bisnisnya berdampak langsung pada lingkungan. Oleh Karena itu dengan adanya CSR, diharapkan bisa menjadi penawar bagi lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan.

Perusahaan pertambangan merupakan perusahaan yang besar dan terus mengalami perkembangan. Berikut ini merupakan tabel dari perkembangan nilai perusahaan yang dilihat dari *Price Book Value* (PBV) perusahaan pertambangan yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2016 sampai dengan 2019.

Tabel 1.1
Perkembangan Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan
Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia
Tahun 2016-2019

Tahun	Rata-rata Nilai Perusahaan (PBV) (Y)	
	Nilai	+ / –
2016	2.71	27.83%
2017	2.43	-10.33%
2018	1.46	-39.92%
2019	1.67	14.38%

Sumber : www.idx.go.id data diolah (2021)

Dari Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata PBV pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-

2019 mengalami fluktuasi dimana dari tahun 2016 mengalami peningkatan 27.83% dari tahun 2015, tahun 2017 mengalami penurunan sebanyak 10.35% dari tahun 2016, tahun 2018 mengalami penurunan sebanyak 39.92% dari tahun 2017 dan pada tahun 2019 kembali mengalami peningkatan sebanyak 14.38% dari tahun 2018. Fluktuasi nilai rata-rata PBV yang terjadi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 ini disebabkan oleh naik turunnya harga saham yang beredar dipasar modal yang dapat mempengaruhi nilai buku dari perusahaan. Fenomena naik turunnya nilai perusahaan pertambangan yang di peroleh dari PBV menarik untuk dilakukan kajian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dengan memperhatikan total aktiva keseluruhan sebagai cerminan perkembangan kekayaaan perusahaan sesuai dengan aktivitas perusahaan. Dengan begitu dapat meyakinkan investor bahwa besar perusahaan akan memberikan kemudahan dalam pengembalian tingkat investasi, maka secara otomatis nilai perusahaan akan meningkat. Pernyataan ini didukung oleh Pratama dan Wiksuana (2016); Meizari dan Oktaviani (2017); Sofia dan Akhmadi (2018), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan hal ini disebabkan karena perusahaan besar mampu masuk dengan mudah ke pasar modal dan dengan mudah memperoleh dana untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Sehingga, ukuran perusahaan mampu menguatkan hubungan CSR terhadap nilai perusahaan karena perusahaan besar menerapkan berbagai macam aktivitas yang berkaitan dengan CSR yang tidak hanya untuk external perusahaan tetapi untuk internal perusahaan.

UNMAS DENPASAR

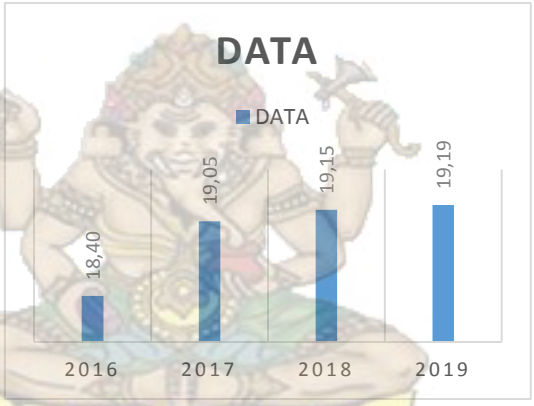
Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan disebabkan karena perusahaan memberikan kesempatan untuk dapat berkembang dalam aspek yang perlu diperhatikan dalam kesejahteraan masyarakat yang tidak hanya untuk kepentingan perusahaan semata. Ukuran perusahaan ini didukung oleh pernyataan dari Pratama dan Wiksuana (2016); Meizari dan Oktaviani (2017); Sofia dan Akhmadi (2018). Ukuran perusahaan yang diperhitungkan dengan total aktiva dimiliki perusahaan ini meliputi besar kecilnya perusahaan yang sekaligus berimbas pada luasnya pengungkapan CSR yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan yang banyak inilah untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan maka dibutuhkanlah CSR tersebut.

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya total aktiva suatu perusahaan karena total aktiva merupakan cerminan kekayaan perusahaan (Goh and Simanjuntak, 2017). Pratama dan Wiksuana (2016) menyatakan bahwa semakin besar perusahaan maka akan mempengaruhi dalam penentuan pendanaan agar mampu mengoptimalkan nilai perusahaan. Berdasarkan *Signaling Theory* yang dinyatakan oleh Sari, dkk (2016), teori signal (*signalling Theory*) menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut timbul karena adanya informasi asimetris anatara perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana manajemen mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih banyak dan lebih cepat, sehingga mampu memperoleh sinyal positif dari investor. Putri, dkk (2016) dan Puspaningrum (2017) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan diartikan bahwa perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang

UNMAS DENPASAR

berkaitan dengan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan lebih banyak disebabkan karena perusahaan besar cenderung melakukan aktivitas banyak yang cenderung menarik minat investor dalam berinvestasi. Selain ukuran perusahaan faktor yang yang dapat meningkat dan memperkuat hubungan CSR dengan nilai perusahaan adalah profitabilitas.

Gambar 1.2
Rata-Rata Ukuran Perusahaan Sektor Pertambangan
Periode 2016-2019



Sumber : www.idx.go.id data diolah (2021)

UNMAS DENPASAR

Dari Gambar 1.2 kita bisa lihat bahwa ukuran perusahaan sektor pertambangan terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun dilihat dari tahun 2016 rata-rata ukuran perusahaan pertambangan berdada di tingkat 18.40%, pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebanyak 0.65% menjadi 19.05%, pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak 0.10% menjadi 19.15%, dan pada tahun 2019 juga mengalami peningkatan sebanyak 0.04% menjadi 19.19%. ini menarik perhatian peneliti untuk menjadikan ukuran perusahaan sebagai variabel *moderating* karena ukuran perusahaan bisa menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan ditemukan hasil yang tidak konsisten dan juga bervariatif yang dapat disebabkan oleh adanya faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap variabel independen dengan variabel dependen. Salah satu faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan adalah Profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan didalam menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan semakin besar kemampuan perusahaan dalam melaksanakan CSR yang berpengaruh terhadap kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan yang nantinya meningkatkan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya.

Selanjutnya, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderating dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan keefektifan perusahaan, alasan lain karena tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan lebih luas (Nuryana, 2019). Selain itu profitabilitas memiliki arti yaitu segala upaya yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan sumber daya untuk memperoleh laba, yang akhirnya dapat digunakan untuk memenuhi struktur modal. Jika suatu perusahaan membuat keputusan pendanaan secara tidak cermat maka akan menimbulkan biaya modal yang tinggi yang dapat berakibat pada rendahnya profitabilitas perushaan.

UNMAS DENPASAR

Profitabilitas dapat meningkatkan CSR karena sebagian keuntungan perusahaan ditujukan untuk melakukan program CSR sebagai kewajiban perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung Humairoh (2017); Karundeng, dkk (2018); Nurhayati, dkk (2019). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas baik mampu meberikan kestabilan dalam melakukan program CSR karena program CSR membutuhkan dana yang tentunya berasal dari serapan keuntungan perusahaan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Terdapat *research gap* yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial atau CSR terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian tersebut ditemukan keanekaragaman hasil. Seperti penelitan yang memberika hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan yang dilakukan oleh Rahmantari (2021) , menunjukkan variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan CSR terhadap Nilai Perusahaan, dan Profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kalsum (2017) menujukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Karundeng, dkk (2018) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan. Namun, hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Kurniasari dan Devi Anna (2019) yang mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh

UNMAS DENPASAR

tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas terbukti dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan, dan dijelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan anatara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri, dkk (2016) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility.* Puspaningrum (2017), dan Ramona (2017) yang tidak menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil dari pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, masih terdapat perbedaan. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah CSR mempengaruhi nilai perusahaan. Dan digunakannya ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi dikarenakan profitabilitas pada penelitian terdahulu tidak mampu memoderasi di dalam hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Perusahaan pertambangan dipilih, karena terjadi fenomena nilai rata-rata PBV pada perusahaan sektor tahun 2016-2019 mengalami fluktuasi. Fenomena naik turunnya nilai perusahaan pertambangan yang diperoleh dari PBV menarik untuk dilakukan kajian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Alasan lain karena perusahaan sektor pertambangan kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang mana berdampak langsung pada lingkungan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah

bahan tambang. Tidak dapat dipungkiri lagi, industri pertambangan di Indonesia tetap menjadi primadona utama bagi para investor untuk berinvestasi di dalamnya. Alasan lain peneliti memilih perusahaan sektor pertambangan adalah sifat dan karakteristik pertambangan umum berbeda dengan sektor industri lain. Berdasarkan PSAK Nomor 33, industri pertambangan umum memiliki ketidakpastian yang tinggi, memerlukan biaya investasi besar, menimbulkan kerusakan lingkungan sehingga terikat lebih banyak regulasi daripada sektor lain. Tingginya resiko pada sektor pertambangan membuat return yang diharapkan oleh investor juga semakin tinggi.

Penelitian yang berkenaan dengan CSR, nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas menarik untuk diteliti kembali, mengingat penelitian sebelumnya memberikan hasil yang berbeda-beda dalam penelitiannya. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti kembali dengan judul **"PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019)"**

UNMAS DENPASAR

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan oleh penulis maka dapat dirumuskan masalahnya, yaitu:

1) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?
2) Apakah ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?
3) Apakah Profitabilitas memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1) Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.
2) Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.
3) Untuk mengetahui apakah profitabilitas memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.

UNMAS DENPASAR

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1) Manfaat Teoritis

   a. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu manajemen dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu salah satunya *teori stakeholder*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai refrensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai saran untuk mendewasakan wawasan.

2) Manfaat Praktis

   a. Bagi perusahaan , sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variable-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan dating.

   b. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempetimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter. Selain itu, diharapkan pula dapat membantu investor memilih secara bijak dalam berinvestasi.

UNMAS DENPASAR

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*nya (Ghozali dan Chariri, 2007:409).

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* (Chairiri dan Ghazali, 2007). 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.

Menurut Devi, dkk (2017): Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan

UNMAS DENPASAR

penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *stakeholder theory* menyatakan kepentingan tidak hanya ada pada pemilik atau manajemen perusahan, namun kepentingan juga dimiliki oleh para pemangku kepentingan yang lain yang ikut berkontribusi pada perusahaan. Maka dari itu, perusahaan akan bereaksi dengan melakukan aktivitas-aktivitas pengelolaan yang baik dan maksimal atas sumber-sumber ekonomi untuk mendorong kinerja keuangan dan nilai perusahaan sesuai dengan harapan para *stakeholder* (Devi, dkk 2017).

Kelangsungan hidup usaha dapat berjalan dengan adanya dukungan yang kuat, antara perushaan dengan lingkungan dalam perushaan serta lingkungan sekitar perusahaan, kerja sama yang baik dapat dilakukan melalui pemenuhan kebutuhan *stakeholder*, diharapkan dengan hal tersebut mampu meningkatkan kinerja *stakeholder*, dan mampu menjaga hubungan perushaan dengan stakeholder diluar perusahaan, dengan begitu dapat menciptakan lingkungan kerja yang baik, dan menghasilkan profit bagi perushaan.

UNMAS DENPASAR

2.1.2 *Signaling Theory*

Brigham dan Houston (2015) menyatakan bahwa teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manjemen memandang prospek

perusahaan. Teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.

Menurut Devi, dkk (2017) menyatakan bahwa: *Signaling theory* menekankan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan bagi keputusan investasi pihak di luar perusahaan.

Menurut Puspitasari (2017) menyatakan: Informasi financial dan informasi nonfinancial yang terdapat dalam annual report dapat dijadikan sebagai sinyal bagi pihak eksternal perusahaan. Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Signaling theory* menuntut perusahaan untuk mengungkapkan informasi baik informasi financial maupun nonfinancial dalam upaya memberikan sinyal positif bagi pihak eksternal perusahaan untuk pengambilan keputusan.

Secara garis besar *signaling theory* erat kaitanya dengan ketersedian informasi. Laporan keuangan dapat digunakan untuk mengambil keputusan bagi para investor, laporan keuangan merupakan bagian

UNMAS DENPASAR

terpenting dari analisi fundamental perusahaan. Pemeringkatan perusahaan yang telah *go-public* lazimnya didasarkan pada analisis rasio keuangan ini. Analisis ini dilakukan untuk mempermudah interpretasi terhadap laporan keuangan yang telah disajikan oleh manajemen.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham (Bringham dan Daves, 2014:19).

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. (Husnan, 2014:7).

Putri dkk, (2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan sangat penting karena, nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula. Nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan membayar dividen.

UNMAS DENPASAR

Besarnya dividen ini dapat memengaruhi harga saham. Apabila dividen yang dibayar tinggi, harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi. Sebaliknya bila dividen yang dibayarkan kecil, harga saham perusahaan tersebut juga rendah. Kemampuan membayar dividen erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba. Jika perusahaan memperoleh laba yang besar, kemampuan membayar dividen juga besar. Oleh karena itu, dengan dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Wijaya (2017), salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai perusahaan adalah dengan *Price to Book Value* (PBV). PBV dapat dihitung dengan membandingkan harga pasar per saham dengan nilai buku per saham. Menurut Wijaya (2017), *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Secara sistematis PBV dihitung dengan rumus :

$$\text{PBV} = \frac{Harga\ pasar\ perlembar\ saham}{Nilai\ buku\ saham}$$

UNMAS DENPASAR

Pemilihan penggunaan PBV dalam penelitian ini berdasarkan penelitian dari Wijaya (2017) yang menilai PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku suatu saham. Semakin besar rasio ini menggambarkan kepercayaan pasar akan prospek perusahaan tersebut. PBV menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Jika ada beberapa alasan mengapa investor menggunakan rasio harga terhadap nilai buku (PBV) dalam analisis investasi. Pertama,

nilai buku sifatnya relatif stabil. Kedua, praktik akuntansi yang relative standar diantara perusahaan-perusahaan menyebabkan PBV dapat dibandingkan dan dapat memberikan signal terhadap nilai perusahaan. Terakhir, pada kasus perusahaan yang memiliki *earning negative*, PBV memungkinkan untuk dipergunakan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Dengan mengetahui nilai buku dan nilai pasar, pertumbuhan pasar dapat diketahui. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio price book value diatas satu. Nilai rasio ini mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin tinggi rasio tersebut semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Jika PBV dibawah satu, harga saham lebih rendah daripada nilai bukunya berarti terjadi *undervalue* (harga saham yang tergolong lebih murah).

2.1.4 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya, khususya komunitas atau masyarakat sekitar wilayah kerja dan operasinya.(Lestari, 2015: 4).

Isu lingkungan yang berkembang akhir-akhir ini membuat para perusahaan harus melaporkan segala aktivitas tentang perusahaanya. Tidak hanya laporan operasionalnya saja tetapi laporan tentang kepedulian perusahaan tehadap lingkungan sekitarnya. Laporan tersebut bersifat no keuangan, dan sukarela dalam mengimformasikan kepada *stakeholder*. *Corporate Social Responsibility* adalah bagaimana

UNMAS DENPASAR

perusahaan mengelola bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat (Karundeng, dkk 2018).

Menurut Artiani (2021) CSR adalah suatu konsep yang bermaterikan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai sebuah komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan bekontribusi untuk meningkatkan kualitas komunitas local pada masyarakat secara lebih luas.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor maupun masyarakat, (Darmawan, 2019).

Munawaroh (2014) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global*

UNMAS DENPASAR

Reporting Initiative (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Total Indikator yang terdapat dalam GRI yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 6 indikator yang terbagi menjadi 79 kategori, yaitu :

1) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*) dengan 9 kategori
2) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*) dengan 30 kategori
3) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*) dengan 14 kategori
4) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*) dengan 9 kategori
5) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*) dengan 8 kategori
6) Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*) dengan 9 kategori

UNMAS DENPASAR

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan sebagainya. Ukuran perusahaan dapat menentukan presepsi investor terhadap perusahaan (Henry,

2017:3). Terdapat berbagai proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan, yaitu jumlah karyawan, total asset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar asset maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat.

Menurut Hertina (2019) , Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari asset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Dalam ukuran perusahaan dilitah dari *total asset* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki *total asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengam kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah asset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki publik demand akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk

mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. (Sastrawan, I., & Latrini, M. 2016).

2.1.6 Profitabilitas

Profitabilitas Adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. (Fahmi, 2013:135)

Profitabilitas dikatakan penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan, sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan, 2016). Profitabilitas merupakan aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektifitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio profitabilitas maka semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan antara lain:

1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang di peroleh perusahaan dalam suatu periode tertentu

UNMAS DENPASAR

2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan waktu sekarang
3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri; untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri. (Susilowati, dkk (2018).

Atika dan Atmaja (2018) menyatakan bahwa laba merupakan elemen dalam menciptakan nilai perusahaan karena penilaian prestasi perusahaan dilihat dari kemampuan perusahaan tersebut menghasilkan laba. Profitabilitas dapat dilihat melalui rasio seperti *Return On Equity* (ROE). Profitabilitas memiliki peran yang penting bagi investor dalam mengambil keputusan investasi, karena semakin tinggi profitabilitas maka prospek perusahaan juga dinilai baik. Menurut Sartika (2015), salah satu cara pengukuran rasio profitabilitas adalah *Return On Equity* (ROE), rasio ini mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri, karena itu di pergunakan angka laba setelah pajak. Profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, dalam bentuk ROE (*Return On Equity*) yang merupakan rasio antara laba bersih terhadap total equity. ROE digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan didalam

UNMAS DENPASAR

menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas (*shareholders' equity*) yang dimiliki oleh perusahaan.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

1) Pratama dan Wiksuana (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan satu variabel tambahan yaitu *Leverage* serta variabel profitabilitas digunakan sebagai variabel mediasi sedangkan penelitian sekarang tidak menggunakan variabel *Leverage* serta variabel profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi. Profitabilitas dalam penelitian ini dihitung menggunakan ROA sedangkan penelitian sekarang profitabilitas di ukur menggunkan ROE.
2) Putri, Sudarma, dan Purnomosidhi (2016) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan variabel ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel pemoderasi, sedangkan penelitian sekarang ukuran perusahaan dan profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi.

UNMAS DENPASAR

3) Dianawati dan Fuadati (2016) dengan judul Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan satu variabel tambahan yaitu GCG serta variabel profitabilitas digunakan sebagai variabel intervening sedangkan penelitian sekarang tidak menggunakan variabel GCG serta variabel profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi.
4) Kalsum, Umi (2017) dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibilty* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitablitas sebagai Variabel Moderasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini hanya menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian sekarang menggunakan satu variabel tambahan yaitu ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.
5) Humairoh (2017) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikian Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel *Moderarating*. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan satu variabel tambahan yaitu Kepemilikan Manajerial serta variabel profitabilitas dan

UNMAS DENPASAR

ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel *moderating* sedangkan penelitian sekarang tidak menggunakan variabel kepemilikan manajerial serta variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur munggunakan ROA sedangan penelitian sekarang profitablitas diukur menggunakan ROE.

6) Mairus dan Masri (2017) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan satu variabel tambahan yaitu *Good Corporate Governance*, penelitian ini tidak menggunakan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi.
7) Meizari dan Oktaviani (2017) dengan judul penelitian Pengaruh Profitabilitas , Size dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama mengunakan variabel nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan satu variabel tambahan yaitu kebijakan hutang. Penelitian ini tidak menggunakan ukuran perusahaan dan profitabilias sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian sekarang menggunakan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagi variabel moderasi.

UNMAS DENPASAR

8) Puspaningrum (2017) dari Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan variabel tambahan yaitu kepemilikan manajerial serta pengukuran rasio profitabilitas dengan ROA sedangkan penelitian sekarang tidak menggunakan variabel kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan serta pengukuran rasio profitabilitas dengan ROE.
9) Suci Ramona (2017) dari Universitas Pasir Pengaraian Rokan Hulu dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan pengukuran rasio profitabilitas dengan ROA sedangkan penelitian sekarang menggunakan pengukuran rasio profitabilitas dengan ROE.
10) Karundeng, Grace B, Nagoi dan Karamoy (2018) dengan judul Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibilty* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikian Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan. Persamaan penelitian ini dengan penilitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan

UNMAS DENPASAR

penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah penelitian ini menggunakan variabel tambahan kepemilikian manajerial sebagi variabel moderasi. Sedangkan penelitian sekarang tidak menggunkan variabel kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi.

11) Meilinda Murnita dan Dwiana Putra (2018) Universitas Udayana (UNUD) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perushaan dengan Frofitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. Persamaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan Nilai Perusahaan. Profitabilitas penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio Return on Equity (ROE) dan variabel kedua dalam penelitian ini adalah *leverage*. *Leverage* diukur dengan menggunakan rasio *Debt to Equity Ration* (DER). Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dan tidak menggunakan *Leverage* sabagai variabel moderasi.
12) Ayem dan Nikmah (2019) dengan judul penelitian pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah penelitian ini hanya menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitaian sekarang menggunakan variabel tambahan yaitu profitabilias sebagai variabel moderasi. Nilai perusahaan dalam penelitian ini dihitung menggunakan skala nominal dan dihitung

UNMAS DENPASAR

menggunakan *Tobin's Q,* sedangkan penelitian sekarang nilai perusahaan dihitung menggunakan rumus *Price to Book Value* (PBV).

13) Kurniasih dan Devi Anna (2019) dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah penelitian ini perofitabilitas diukur menggunakan rasio *Return on Asset* (ROA), sedangkan penelitian sekarang profitabalitas diukur menggunakan *Return On Equity* (ROE).
14) Rahmantari (2021) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagi Variabel Moderasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah profitabilitas diukur menggunkan ROA sedangan penelitian sekarang profitablitas diukur menggunakan ROE.
15) Yuli Artiani (2021) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel CSR dan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang yaitu penelitian ini menggunakan satu variabel tambahan yaitu

UNMAS DENPASAR

kepemilikan manajerial. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel moderasi sedangkan penelitian sekarang menggunakan dua variabel moderasi.

Tabel 2.1
Publikasi Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Pratama dan Wiksuana (2016), Universitas Udayana	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi.	Ukuran perusahaan dan *Leverage* sebagai variabel independen, Nilai perusahaan sebagai Variabel dependen, Profitabilitas sebagai variabel mediasi	Ukuran perusahaan dan *Leverage* menggunakan analisis regresi berganda, Nilai perusahaan diukur dengan PBV Profitabilitas diukur menggunakan (ROA)	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. *Leverage* berpengaruh positif nilai perushaan. 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2	Putri, Sudarma, dan Purnomosidhi (2016), Universitas Brawijaya Malang	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi.	CSR sebagai variabel indevenden, Nilai perusahaan sebagai variabel dependen, Ukuran perusahaan dan Jumlah dewan komisaris sebagai variabel pemoderasi	Pengujian hipotesis MRA (*Moderated Regression Analysis*), Nilai perusahaan menggunakan PBV.	1. CSR tidak berpengaruh terhadap nilia perusahaan. 2. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. 3. Jumlah dewan komisarih mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
3	Dianawati dan Fuadati (2016),	Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai	Variabel Dependen adalah nilai	Statistik Deskriptif, Uji Hipotesis, dan	1. Berdasarkan uji F diketahui bahwa secara simultan

	STIESIA Surabaya	Perusahaan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening.	perusahaan. Varibel Independen adalah CSR dan GCG. Variabel Intervening adalah profitabilitas	Analisis Jalur (Path Analysis)	variabel CSR, GCG dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Dari hasil uji t diketahui bahwa CSR secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan. 3. Dari hasil uji t diketahui bahwa GCG secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan. 4. Dari hasil uji t diketahui bahwa profitabilitas secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan.
4	Kalsum, Umi (2017), Universitas Lapung Bandar Lampung.	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitablitas sebagai Variabel Moderasi.	CSR sebagai variabel independen, Nilai perusahaan sebagai variabel dependen, Profitabilitas sebagai variabel moderasi.	*Simple Regression Analysis, Moderated Regression Analysis.*	1. CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas berpengarih signifikan terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan.
5	Fitri Humairoh (2017), Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikian Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran	CSR dan Kepemilikian manajerial sebagai variabel independen, Nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan	Model regresi berganda, Persamaan regresi model 1, 2 dan 3, Nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q, Profitabilias diukur menggunkan	1. CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. 3. Profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

		Perusahaan sebagai Variabel *Moderating*.	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel *moderating*.	ROA, Ukuran perusahaan diukur menggunkan Size=Log.	4. Ukuran perusahaan tidak dapat menjadi variabel moderating antara CSR dan nilai perusahaan.
6	Mairus dan Masri (2017), Universitas Pancasila , Jakarta	Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.	GCG dan CSR sebagai variabel independen, Nilai perusahaan sebagai variabel dependen.	Analisis regresi berganda, Uji asumsi Klasik, Pengujian hipotesis.	1. GCG berpengaruh negative terhdap nilai perusahaan. 2. CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7	Meizari dan Oktaviani (2017), Insitut Informatika dan Bisnis Darmajaya	Pengaruh Profitabilitas , Size dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan.	Profitabilitas X1, Ukuran perusahaan X2, Kebijakan hutang X3 variabel independen, Nilai perusahaan variabel dependen.	Pengujian hipotesis. Uji hipotesis parsial (Uji t), dan Uji Hipotesis secara bersama-sama (Uji F).	1. Profitabilias berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Size berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8	Yustisia Puspa ningrum (2017), Universitas Negeri Yogyakarta	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating	CSR dan Kepemilikan Manajerial sebagai variable independen, Nilai Perusahaan sebagai variable dependen serta Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai	*Moderated Regression Analysis* (MRA) atau uji interaksi	1. CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

			variable moderating		4. Profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. 5. Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. 6. Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.
9	Suci Ramona (2017), Universitas Pasir Pengaraian Rokan Hulu	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	Variabel Dependen adalah nilai perusahaan. Varibel Independen adalah CSR. Variabel Moderating adalah profitabilitas.	Statistik Deskriptif dan Uji Hipotesis	1. Variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
10	Karundeng, Grace B, Nagoi dan Karamoy (2018) Universitas Sam Ratulangi	Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibilty* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikian Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai	CSR sebagai variabel independen, Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen, dan profitabilitas, kepemilikian manajemen,	*Moderated Regression Analysis* (MRA), Nilai Peursahaan mengunakan *Tobin's Q*, Profitabilitas diproksikan menggunakan *ROE*.	1. CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. Kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

		Variabel Moderasi Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan.	ukuran perusahaan sebagai variabel moderating		3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
11	Murnita dan Dwiana Putra (2018), Universitas Udayana	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan *Leverage* sebagai Variabel Pemoderasi.	CSR sebagai variabel independen, Nilai perusahaan sebagai varaibel dependen, Profitabilitas dan *Leverage* sebagai variabel pemoderasi.	Moderated *Regression Analysis (MRA*), Analisis Regresi linear sederhana.	1. CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. 3. Leverage memperlemah hungan CSR dan nilai perusahaan.
12	Sri Ayem, dan Jaimatun Nikmah (2019) , Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa	*Pengaruh Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.	Variabel Dependen adalah nilai perusahaan. Varibel Independen adalah CSR. Variabel Moderating adalah Ukuran Perusahaan	*Moderated Regression Analysis* (MRA), Nilai perusahaan menggunakan *Tobin's Q,*	1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
13	Devi Anna (2019), dari Universitas STIE Ekuitas Bandung	Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating.	CSR Sebagai Variabel Independen, Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Dependen, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating	*Moderated Regression Analysis (MRA),* Profitabilitas menggunakan rasio *Return on Asset* (ROA), dan Ukuran perusahaan menggunakan log total asset.	1. Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasu hungan antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara

UNMAS DENPASAR

					CSR dan nilai perusahaan.
14	Rahmantari (2020), Universitas Tabanan	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.	CSR sebagai variabel independen, Nilai perusahaan sebagai variabel dependen, Ukuran perusahaan dan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.	Uji asumsi kelasik, Analisis moderasi	1. CSR berpengaruh positif siginifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas tidak dapat memoderasi hubngan CSR dengan nilai perusahaan.
15	Yuli Artiani (2021), Universitas Mahasaraswati Denpasar	Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.	CSR dan Kepemilikan manajerial sebagi variabel independen, Nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Dan Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.	*Moderated Regression Analysis*	1. CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. 4. Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Ringkasan berbagai hasil penelitian