

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan salah satu bentuk korporasi yang menjalankan setiap jenis usahanya, yang bersifat tetap, terus menerus, dan bekerja dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba (Maulidyah dan Fitria, 2018). Salah satu tujuan perusahaan dalam pendiriannya adalah untuk memaksimalkan kekayaan bagi pemegang saham atau stakeholder dan melalui peningkatan nilai perusahaan. Dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang, perusahaan - perusahaan di Bursa Efek Indonesia juga mengalami pertumbuhan yaitu salah satunya sektor perusahaan barang konsumsi. Meskipun keadaan ekonomi sedang menurun konsumen bisa dikatakan selalu membutuhkan barang konsumsi.

Dalam tiga tahun terakhir data perusahaan sektor industri barang konsumsi yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami pertumbuhan perusahaan dari tahun 2020 – 2022 yaitu bertambah 73 perusahaan. Jumlah pertumbuhan perusahaan yang *listing* ke Bursa Efek Indonesia akan menimbulkan persaingan yang ketat dan akan membuat investor dihadapkan dengan banyak pilihan perusahaan dalam berinvestasi. Para investor akan tertarik dan menanamkan investasinya pada perusahaan yang memiliki citra yang baik, maka dari itu perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka. Nilai perusahaan yang tinggi akan berdampak pada tingginya harga saham itu

sendiri, pemilik perusahaan akan menyukai tingginya nilai perusahaan karena akan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham (Badarudin dan Wuryani, 2018). Bila harga saham meningkat berarti nilai perusahaan meningkat dan kesejahteraan pemilik saham meningkat, maka perusahaan tersebut akan dipandang semakin bernilai oleh para calon investor.

Menurut Wulandari dan Efendi (2022), nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap perusahaan yang dilihat melalui harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Jadi nilai perusahaan yaitu pandangan investor terhadap suatu perusahaan tercermin melalui harga sahamnya, semakin tinggi harga saham mengindikasikan peningkatan nilai perusahaan dalam persepsi investor. Nilai perusahaan dinilai sangat penting, karena menjadi patokan kinerja perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, perusahaan yang mampu bertahan dan terus berkembang akan mempunyai nilai yang tinggi di mata investor sehingga pemegang saham tidak ragu untuk menginvestasikan modal yang dimilikinya pada perusahaan tersebut.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas. Menurut Wulandari dan Efendi (2022), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Rasio profitabilitas menggambarkan tingkat keuntungan perusahaan. Rasio ini sering dipakai para investor untuk mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Profitabilitas merupakan faktor yang dianggap penting karena untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang dan sebagai indikator dalam mengukur kinerja

keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Penelitian mengenai profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebelumnya telah banyak dilakukan diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Prena dan Muliawan (2020), Wahyuni, dkk (2018), yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Wulandari dan Efendi (2022), Badarudin dan Wuryani (2018) ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Menurut Utami dan Welas (2018), Oktrima (2017), ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas terdapat perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya dengan variabel yang sama yaitu profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Maka penulis ingin menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan menambahkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi. Variabel moderasi adalah variabel yang dapat mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2017:39).

Dipilihnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi karena dengan adanya pengungkapan CSR pada laporan tahunan diharapkan akan menjadi nilai tambah bagi kepercayaan investor dan juga gangguan sosial akibat pencemaran lingkungan menurun. Sehingga perusahaan mendapatkan dukungan dari masyarakat setempat. Penelitian yang dilakukan oleh Prena dan Muliawan (2020) yang menemukan hasil bahwa pengungkapan CSR dapat memoderasi ROA terhadap nilai perusahaan

Jika dalam suatu perusahaan tidak melakukan CSR maka citra perusahaan akan terlihat kurang baik, karena dianggap tidak memperhatikan lingkungan

sekitarnya, akibat dari itu membuat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan menurun, dan harga saham akan turun sehingga nilai perusahaan juga akan menurun, sehingga para investor akan ragu untuk berinvestasi di perusahaan. Maka dari itu pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan agar semakin baik di mata masyarakat, sehingga konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk perusahaan yang akan meningkatkan laba perusahaan. Dengan meningkatnya laba maka semakin meningkatkan pula nilai perusahaan, sehingga calon investor tidak akan ragu untuk berinvestasi di perusahaan. Jika pengungkapan CSR tidak digunakan sebagai variabel moderasi dalam hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan maka investor akan berpikir ulang sebelum melakukan investasi.

Penelitian sebelumnya menunjukkan pengaruh CSR terhadap hubungan ROA dan nilai perusahaan adalah Prena dan Muliyan (2020) yang menyatakan pengungkapan CSR dapat memoderasi ROA terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Maulidyah dan Fitria (2018) pengungkapan CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif. Artinya variabel kinerja keuangan (ROA) dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel moderasi memperlemah kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian pernyataan dan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali. Penulis mengangkat judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Pemoderasi”.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
- 2) Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
- 2) Untuk menegetahui dan menganalisis pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memoderasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berpartisipasi dalam ilmu manajemen akuntansi dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yaitu salah satunya teori stakeholder. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan memberikan

informasi dan wawasan yang lebih luas bagi mahasiswa serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bahwa tidak hanya informasi laba saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, melainkan juga informasi mengenai tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan kepada investor, lingkungan dan masyarakat.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal (*signalling theory*) berawal dari tulisan George Akerlof pada karyanya ditahun 1970 “*The Market for Lemons*”, yang memperkenalkan istilah informasi asimetri (*asymetri information*). Teori pertama kali yang ditemukan oleh Spence (1973) ini menjelaskan mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi mengenai laporan keuangan kepada pihak internal dan eksternal. Dorongan tersebut terjadi karena adanya asimetri informasi antara pihak eksternal dan pihak manajemen.

Sinyal ini dapat berupa informasi dan promosi yang menggambarkan bahwa perusahaan lebih baik daripada perusahaan yang lainnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi informasi yang tidak kalah penting dalam meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki perusahaan, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Informasi tersebut bisa berupa profitabilitas maupun CSR yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pelaku pasar

akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh para pelaku pasar (Jogiyanto, 2000). Sama halnya jika dikaitkan dengan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu jika suatu perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka dapat memberikan sinyal positif bagi investor atau masyarakat melalui laporan keuangan atau laporan tahunan yang diungkapkan.

2.1.2 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder adalah semua pihak baik eksternal maupun internal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi atau bahkan dipengaruhi yang kemudian juga bersifat langsung maupun tidak langsung. (Astuti, dkk 2019) menjelaskan bahwa teori stakeholder adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang mempertimbangkan moral dan nilai dalam pengelolaan suatu organisasi. Tanggung jawab stakeholder dari yang berfokus pada ekonomi saja atau memaksimalkan laba dalam laporan keuangan menjadi lebih luas lagi pada ranah sosial kemasyarakatan dengan memperhatikan kepentingan stakeholder dari pihak internal maupun eksternal yang selanjutnya disebut sebagai tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

Menurut teori stakeholder, perusahaan adalah entitas yang menjalankan operasinya bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya. Menurut Prena dan Muliawan (2020) semakin tinggi kualitas CSR maka dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan, yang merimbas pada keyakinan investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Keterlibatan dalam kegiatan CSR dapat menjadi langkah strategis bagi perusahaan, tidak hanya sebagai manajemen

risiko, tetapi juga sebagai upaya membangun hubungan yang bermanfaat untuk pertumbuhan perusahaan. Menurut Astayani, dkk (2021) teori stakeholder dapat mendukung hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Mengungkapkan kegiatan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan, sejalan dengan prinsip teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan CSR sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada stakeholder.

2.1.3 Profitabilitas

Analisis rasio keuangan dapat dikelompokkan menjadi 5 jenis berdasarkan ruang lingkungannya, yaitu:

1. Rasio Likuiditas. Rasio ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek. Rasio likuiditas terdiri dari: *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Net Working Capital*.
2. Rasio Solvabilitas. Rasio ini menyatakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Rasio solvabilitas terdiri dari: *Debt Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Long Term Debt to Equity Ratio*, *Long Term Debt to Capitalization Ratio*, *Times Interest Earned*, *Cash Flow Interest Coverage*, *Cash Flow to Net Income*, dan *Cash Return on Sales*.
3. Rasio Aktivitas. Rasio ini menyatakan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan harta yang dimilikinya. Rasio Aktivitas terdiri dari: *Total Asset Turnover*, *Fixed Asset Turnover*, *Account Receivable Turnover*, *Inventory Turnover*, *Average Collection Period*, dan *Day's Sales in Inventory*.

4. Rasio Rentabilitas/Profitabilitas. Rasio ini menyatakan kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio Rentabilitas terdiri dari: *Grass Profit Margin, Net Profit Margin, Return on Asset, Return on Equity, dan Operating Ratio.*

5. Rasio Pasar. Rasio ini menyatakan informasi penting perusahaan dan diungkapkan dalam basis per saham. Rasio pasar terdiri dari: *Dividend Yield, Dividend Per Share, Dividend Payout Ratio, Price Earning Ratio, Earning Per Share, Book Value Per Share, dan Price to Book Value.*

Dari kelima rasio tersebut, yang berkaitan langsung dengan kepentingan analisis profitabilitas adalah *Return On Asset (ROA)* yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas seluruh dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Menurut Ang (2007:20) *Return On Asset (ROA)* merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada. ROA yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba. ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Menurut Prena dan Muliawan (2020) ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

Menurut Munawir (2007:91) kegunaan dari analisa *Return On Asset* dikemukakan sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu kegunaannya yang prinsipil ialah sifatnya yang menyeluruh. Apabila perusahaan sudah menjalankan praktek akuntansi yang baik maka manajemen dengan menggunakan teknik analisis *Return On Assets* dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang bekerja efisiensi produksi dan efisiensi bagian penjualan.
2. Apabila perusahaan dapat mempunyai data industri sehingga dapat diperoleh rasio industri, maka dengan analisa *Return On Asset* dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat diketahui apakah perusahaannya berada di bawah, sama, atau di atas rata-ratanya. Dengan demikian akan dapat diketahui di mana kelemahannya dan apa yang sudah kuat pada perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.
3. Analisa *Return On Asset* juga dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi atau bagian yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan. Arti pentingnya mengukur rate of return pada tingkat bagian adalah untuk dapat membandingkan efisiensi suatu bagian dengan bagian yang lain di dalam perusahaan yang bersangkutan.
4. Analisa *Return On Asset* juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan dengan menggunakan product cost system yang baik, modal dan biaya dapat dialokasikan kepada berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan sehingga dengan demikian akan dapat

dihitung profitabilitas dari masing-masing produk. Dengan demikian manajemen akan dapat mengetahui produk mana yang mempunyai profit potential.

5. *Return On Assets* selain berguna untuk keperluan kontrol, juga berguna untuk keperluan perencanaan. Misalnya *Return On Assets* dapat digunakan sebagian dasar untuk pengembalian keputusan kalau perusahaan akan mengadakan ekspansi.

2.1.4 Nilai Perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang mengkombinasikan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang dan atau jasa untuk dijual. Nilai dari perusahaan bergantung tidak hanya pada kemampuan menghasilkan arus kas, tetapi juga bergantung pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan yang diambil alih.

Nilai perusahaan yaitu pandangan investor terhadap suatu perusahaan tercermin melalui harga sahamnya, semakin tinggi harga saham mengindikasikan peningkatan nilai perusahaan dalam persepsi investor. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai perusahaan yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan Para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan

cerminan dari keputusan investasi pendanaan, dan manajemen aset (Mahendra, 2011).

Terdapat beberapa alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur nilai suatu perusahaan yaitu *Price to Book Value (PBV)*, *Market to Book Ratio (MBR)*, *Market to Book Assets Ratio*, *Market Value of Equity*, *Enterprise Value (EV)*, dan *Price Earnings Ratio (PER)*. Rasio Tobin's Q dalam penelitian ini digunakan sebagai indikator penilaian perusahaan. Rasio ini merupakan konsep berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dollar investasi inkremental, juga karena Tobin's Q diyakini dapat memberikan gambaran paling baik mengenai penilaian pasar terhadap perusahaan. Tobin's Q dapat memberikan informasi paling baik karena semua unsur hutang dan modal saham perusahaan dihitung. Rasio ini tidak hanya menghitung saham biasa saja dan ekuitas perusahaan, namun menghitung seluruh aset perusahaan.

Rasio Tobin's Q menggambarkan seberapa efektif dan efisien suatu perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya.

2.1.5 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility atau pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses pengkomunikasian efek sosial dan lingkungan atas tindakan ekonomi perusahaan terhadap kelompok tertentu dalam masyarakat secara keseluruhan. Definisi umum menurut *World Business Council In Sustainable Development*, *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan secara meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya,

komunitas lokal dan masyarakat luas. CSR dalam pengungkapannya harus berdasarkan pemahaman 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Anggitasari, 2012). Menurut UU Perseroan Terbatas No. 40 pasal 74 tahun 2007, tanggung jawab sosial atau CSR adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *Social Disclosure*, *Corporate Social Reporting*, *Social Accounting*, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada stakeholder. Dengan adanya hal *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial), *Environment* (Lingkungan) *Labour Practies* (Praktik Ketenagakerjaan), *Human Rights* (Hak Asasi Manusia) *Organizational Governance* (Tata kelola organisasi), *Fair Operating Practices* (Praktik operasi yang adil) *Customer Issues* (Isu konsumsi), *Social Development* (Pembangunan sosial) ini maka akan dapat diketahui apa saja aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini sangat penting mengingat dampak-dampak yang mungkin timbul akibat aktifitas perusahaan.

Solihin (2008), menjelaskan komponen Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ke dalam 4 kategori berbentuk piramida yaitu :

- 1) *Economic responsibilities*, tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri atas berisi aktivitas

ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

- 2) *Legal responsibilities*. Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan perlakuan yang berlaku di mana hukum dan peraturan tersebut pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.
- 3) *Ethical responsibilities*. Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh para pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai sebuah isu di mana penelitian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat melalui pilihan nilai tersebut, individu atau organisasi akan memberikan penilaian Apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil (utilitas) atau tidak.
- 4) *Discretionary responsibilities* perusahaan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program filantropis.

Dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan sekitar mengakibatkan hilangnya kepercayaan masyarakat. Untuk meminimalisir dampak negatif tersebut adalah dengan mengungkapkan informasi-informasi mengenai operasi perusahaan sehubungan dengan lingkungan sebagai tanggung jawab perusahaan.

Pengungkapan *Corporate social responsibility* dihitung berdasarkan jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan dan dibagi dengan 91 indikator berdasarkan GRI-G4. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk

membuat Informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat.

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu, atau pelaporan online. Jenis pendekatan pengukuran GRI-G4 melalui isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial yang dikeluarkan oleh GRI-G4 (*Global Reporting Initiative*).

Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan sustainability reporting. Dalam standar GRI-G4 indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator.

UNMAS DENPASAR

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini didasarkan pada hasil-hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten. Berikut adalah diuraikan hasil-hasil penelitian sebelumnya secara sistematis yaitu :

Wulandari dan Efendi (2022) melakukan penelitian terhadap perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018-2020 dengan menggunakan variabel independen yaitu profitabilitas, variabel dependen

adalah Nilai perusahaan dan variabel moderasinya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan beberapa kriteria tertentu dan memperoleh sebanyak 12 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria dari 36 sampel perusahaan. Analisis data menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* dan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Prena dan Muliawan (2020) melakukan penelitian terhadap perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 dengan menggunakan variabel independen adalah Kinerja Keuangan, variabel dependen adalah Nilai Perusahaan dan variabel moderasinya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan menggunakan kriteria tertentu dan memperoleh sampel sebanyak 17 perusahaan yang telah memenuhi kriteria dari 152 pengamatan perusahaan. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kinerja Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan.

Lingga dan Wirakusuma (2019) melakukan penelitian terhadap perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia, Aneka Industri, dan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017 dengan

menggunakan variabel independen *Corporate Social Responsibility*, variabel dependen adalah Nilai Perusahaan, dan variabel moderasinya adalah Kinerja Lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 43 perusahaan. Analisis data menggunakan uji *moderated regression analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan.

Vira dan Wirakusuma (2019) melakukan penelitian terhadap perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2017 dengan menggunakan variabel independen Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, variabel dependen Nilai Perusahaan dan variabel moderasinya adalah *Good Corporate Governance*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 33 perusahaan. Analisis data menggunakan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Muliani, dkk (2019) melakukan penelitian terhadap perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017 dengan menggunakan variabel independen yaitu Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, variabel dependen adalah Nilai Perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 150 perusahaan. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris Independen, *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan, Kepemilikan Institusional dan Komite Audit berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Badarudin dan Wuryani (2018) melakukan penelitian terhadap perusahaan Indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2016 dengan menggunakan variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*, variabel dependen adalah Nilai Perusahaan dan variabel moderasinya adalah Kinerja Keuangan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 112 perusahaan. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja Keuangan sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan dan Kinerja Keuangan dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Wahyuni, dkk (2018) melakukan penelitian terhadap perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode 2010-2017 dengan menggunakan variabel independen yaitu Profitabilitas, variabel dependen adalah Nilai Perusahaan dan variabel moderasinya adalah *Corporate Social Responsibility*. Penelitian menggunakan metode *purposive sampling* sehingga

menghasilkan sampel sebanyak 4 sampel perusahaan yang telah memenuhi kriteria. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan analisis variabel moderating dengan metode uji interaksi MRA menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

Utami dan Welas (2018) melakukan penelitian terhadap perusahaan Manufaktur Sub Sektor Properti dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017 dengan menggunakan variabel independen yaitu *Current Ratio*, *Return On Asset*, *Total Asset Turnover* dan *Debt to Equity Ratio*, variabel dependen adalah Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *sampling purposive* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 48 sampel perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Current Ratio* terdapat pengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. *Return On Asset* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. *Total Asset Turnover* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. *Debt to Equity Ratio* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Maulidyah dan Fitria (2018) melakukan penelitian terhadap perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2014-2017 dengan menggunakan variabel independen yaitu Kinerja Keuangan, variabel dependen adalah Nilai Perusahaan dan variabel moderasinya adalah *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel

sebanyak 9 perusahaan. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan Kinerja Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Pengungkapan *Corporate social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif

Oktrima (2017) melakukan penelitian terhadap perusahaan PT. Mayora Indah tahun 2011-2015 dengan menggunakan variabel independen profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal, dengan variabel dependen adalah nilai perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan periode tahun 2011-2015. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kesimpulan dari penelitian sebelumnya yaitu terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini. Persamaan penelitian ini dengan tahun sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas, nilai perusahaan, dan *corporate social responsibility*. Perbedaan selain menggunakan variabel tersebut penelitian sebelumnya ada yang menggunakan variabel likuiditas, struktur modal, *current ratio*, *total asset turnover* dan *debt to equity ratio*, *intellectual capital*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, komite audit. Perbedaan dengan penelitian terdahulu juga terletak pada menggunakan periode laporan tahunan yang terbaru yaitu tahun 2020 – 2022, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan periode

tahun 2010-2017, 2011 – 2015, 2013-2016, 2014 – 2017, 2015-2017, 2018-2020. Selain periode terbaru perbedaan lainnya yaitu sampel penelitian ini menggunakan perusahaan sector barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian terdahulu sampel perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman, perusahaan manufaktur sub sektor properti dan real estate, perusahaan sektor pertambangan.

