

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha telah berkembang dengan pesat baik perusahaan dengan skala besar maupun skala kecil, perkembangan tersebut ditandai dengan adanya kemajuan dibidang teknologi informasi, persaingan yang ketat dan pertumbuhan yang luar biasa, sehingga membawa dampak perubahan yang cukup signifikan terhadap pengelolaan suatu perusahaan dan penentuan strategi bersaing. Sektor perbankan memiliki peran yang penting dalam memacu pembangunan ekonomi kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Disamping peranannya dalam penyelenggaraan lalu lintas pembayaran serta fungsinya sebagai lembaga intermediasi, sektor perbankan juga sebagai alat transmisi kebijakan moneter. Peran besar sektor perbankan ini menyebabkan setiap perubahan yang terjadi pada sektor perbankan akan menimbulkan dampak terhadap sektor lainnya. Setiap perusahaan harus mampu beradaptasi dan mampu mengikuti perkembangan perekonomian tersebut agar mampu bersaing dengan perusahaan lain sehingga dapat mempertahankan perusahaannya dan mencapai tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan indikator kinerja keuangan bagi perusahaan yang *go public*. Nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari harga pasar saham yang tinggi (Sukirni, 2012). Nilai perusahaan yang tinggi juga mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, karena semakin tinggi nilai perusahaan investor akan mendapat keuntungan tambahan selain

dividen yang diberikan oleh pihak perusahaan yaitu berupa *capital gain* dari saham yang mereka miliki (Putra dan Lestari, 2016). Semua perusahaan tentunya ingin agar harga saham perusahaannya yang dijual memiliki potensi harga tinggi dan menarik minat para investor untuk membeli saham perusahaan, semakin banyak investor yang berinvestasi di perusahaan maka nilai perusahaan tersebut semakin baik. Tujuan memaksimalkan nilai perusahaan ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham perusahaan. Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham tidak hanya secara langsung bermanfaat bagi pemegang saham tetapi dapat memberikan manfaat juga bagi masyarakat luas (Firnanda dan Oetomo, 2016).

Husnan dan Pudjiastuti (2006:6) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan itu terjual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio *price to book value* (PBV). PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Sunarsih dan Mendra, 2012). Rasio PBV merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku ekuitas. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut.

Perkembangan *corporate social responsibility* terjadi pada tahun 90-an ditandai dengan munculnya penjelasan *corporate social responsibility* oleh *The World Business Council for Sustainable Development* pada tahun 1995, *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) merupakan

forum bisnis yang dibentuk PBB untuk kalangan bisnis agar dapat memberikan kontribusi pada pembangunan berkelanjutan yang merupakan pembangunan dalam 3 aspek ekonomi, lingkungan dan sosial untuk menjamin sumber daya alam dimasa yang akan datang. Penjelasan *corporate social responsibility* menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu sebuah kewajiban bisnis berkelanjutan yang memberikan andil pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan komunitas setempat dengan cara meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan (Rudito & Famiola, 2013:1). Di Indonesia *corporate social responsibility* dimulai sejak tahun awal 1990-an melalui program pembinaan usaha kecil dan koperasi, kemudian dilanjutkan istilah program kemitraan dan bina lingkungan, program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan oleh BUMN dan swasta. Implementasi *corporate social responsibility* mendapat perhatian lebih sejak terbentuknya CFCD (*Corporate Forum for Community Development*) pada 24 September Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap *corporate social responsibility* diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial. Akuntansi pertanggungjawaban sosial berperan menjalankan fungsinya sebagai bahasa bisnis yang mengakomodasi masalah-masalah sosial yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga pos-pos biaya sosial yang dikeluarkan kepada masyarakat dapat menunjang operasional dan pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya

penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah.

Pelaksanaan ataupun pengungkapan *corporate social responsibility*, perusahaan memerlukan dana yang tidak sedikit, yang mana dana tersebut diambil dari *profit* yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh *profit* yang tinggi, sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan *Ccorporate social responsibility* adalah Profitabilitas dan solvabilitas.

Lubis, dkk. (2017) menyatakan bahwa Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor, karena secara otomatis akan menguntungkan investor. Kemampuan perusahaan yang besar untuk menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga menumbuhkan kepercayaan pada investor. Kepercayaan investor ini pada akhirnya dapat menjadi instrumen yang paling efektif untuk mengangkat harga saham perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapadatan investasi. Penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lubis, dkk. (2017) Menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda hasil

penelitian yang dilakukan oleh Nova Rianto dan Dwimulyani (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kasmir, (2019:153) menyatakan Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam penelitian ini, pengukuran solvabilitas akan diukur dengan *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang Kasmir, (2019:159). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lumentut dan Mangatar (2019) menyatakan solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Komala, dkk (2021) menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan manajemen harus aktif mengungkapkan CSR. Profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Indraswari, dan Astika (2015), Wahyuningsih dan Mahdar (2018), Santoso dkk (2017)

Menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR (*corporate social responsibility*) Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2014), dan Wasito (2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap CSR (*corporate social responsibility*).

Rasio solvabilitas yang tinggi menuntut perusahaan untuk mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial yang lengkap untuk menunjukkan strategi prioritas utama yaitu eksistensi perusahaan agar dilihat calon investor dan kreditor. Hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar perusahaan yang berarti akan meningkatkan nilai perusahaan. Tambahan informasi yang lebih detail pada akhirnya perusahaan akan mendapat kemudahan dalam akses pendanaan dari para investor dan lembaga-lembaga kreditor sehingga meningkatkan nilai pasar sahamnya. Dalam pengujian ini pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lengkap mampu menarik para investor untuk menanamkan sahamnya dan menarik perhatian kreditor untuk meminjamkan dana. Nilai rasio yang tinggi menunjukkan peningkatan dari resiko pada kreditor berupa ketidak mampuan perusahaan membayar semua kewajibannya, bagi pihak pemegang saham rasio yang tinggi akan mengakibatkan pembayaran bunga yang tinggi yang pada akhirnya akan mengurangi pembayaran dividen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aruan (2021) dan Fajrina (2014) menyatakan solvabilitas berpengaruh positif terhadap CSR (*corporate social responsibility*) Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Wasito (2016), dan Sadewo dan Sitohang (2021) menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh negatif terhadap CSR (*corporate social responsibility*).

Tumanan dan Ratnawati (2021) menyatakan Profitabilitas memiliki peran penting dalam seluruh aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan, semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan akan semakin besar. Peningkatan dalam nilai suatu perusahaan tidak selalu berasal dari tingkat profitabilitas yang tinggi. Selain itu, apabila perusahaan tersebut peduli terhadap lingkungan akan dianggap lebih memperhatikan kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung berusaha meningkatkan CSR untuk meyakinkan investor bahwa perusahaan tersebut tidak hanya memperhatikan dampak jangka pendek (profit) tetapi juga untuk tujuan jangka panjang yaitu meningkatnya nilai perusahaan Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2017), Wulandari dan Wiksuana (2017) dan Priyadi (2018) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR (*corporate social responsibility*) Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Itsnaini dan Subardjo (2017), Tumanan dan Ratnawati (2021) dan Prabowo dan Indriastuti (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan melalui CSR (*corporate social responsibility*).

Pelaporan dan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya atau strategi manajemen untuk memberikan sinyal kepada para *stakeholder*. Suatu perusahaan dikatakan *solvabel* berarti perusahaan tersebut memiliki aktiva dan kekayaan yang cukup untuk membayar hutang-hutangnya. Rasio solvabilitas yang tinggi menuntut perusahaan untuk mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial yang lengkap untuk

menunjukkan strategi prioritas utama yaitu eksistensi perusahaan agar dilihat calon investor dan kreditor. Hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar perusahaan yang berarti akan meningkatkan nilai perusahaan. Tambahan informasi yang lebih detail pada akhirnya perusahaan akan mendapat kemudahan dalam akses pendanaan dari para investor dan lembaga-lembaga kreditor sehingga meningkatkan nilai pasar sahamnya. Dalam pengujian ini pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lengkap mampu menarik para investor untuk menanamkan sahamnya dan menarik perhatian kreditor untuk meminjamkan dana. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Savitri (2017) dan Itsnaini dan Subardjo (2017) menyatakan solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR (*corporate social responsibility*). Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Prabowo dan Indriastuti (2020) menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan melalui CSR (*corporate social responsibility*).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI) Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (PT) dan UU RI Nomor 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman Modal, CSR merupakan suatu kewajiban. Mengacu pada UU Perseroan Terbatas, bagi perseroan yang usahanya bersangkutan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan CSR. Hal tersebut sejalan dengan UU Penanaman Modal yang mewajibkan penanam modal untuk menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan regulasi yang telah diatur oleh pemerintah, mau tidak mau mewajibkan setiap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek melaksanakan dan mempublikasikan CSR-nya. Tanggung jawab sosial atau CSR oleh perusahaan dilakukan sebagai upaya

memenuhi keinginan *stakeholders*, karena dukungan *stakeholders* mempengaruhi keberadaan perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus menunjukkan kinerja terbaik agar mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari *stakeholders*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sinaga (2021), Sukantini dkk (2021), dan Rahmantari (2021) menyatakan CSR (*corporate social responsibility*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Prisitaningrum (2018), Anggraini dan Hariyati (2021), dan Jovita (2021) menyatakan CSR (*corporate social responsibility*) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas karena adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten maka peneliti ingin melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh profitabilitas, solvabilitas terhadap *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Maka berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 2) Apakah solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 3) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

- 4) Apakah solvabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 5) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 6) Apakah solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 7) Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 2) Untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris pengaruh solvabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 3) Untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

- 4) Untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris pengaruh solvabilitas terhadap *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 5) Untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 6) Untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris pengaruh solvabilitas terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 7) Untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait:

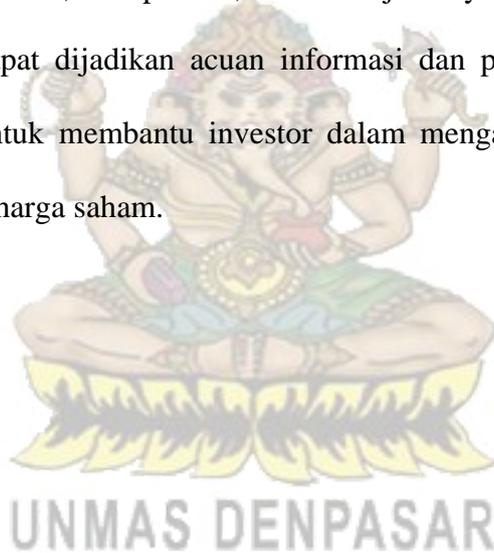
1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti secara empiris terhadap teori sinyal yaitu kondisi dimana satu pihak yang memberikan kelebihan informasi sementara pihak lain yang tidak memiliki dimana dalam teori keuangan tersebut dengan ketimpangan informasi yang umumnya memiliki informasi yang lebih bagus tentang kondisi perusahaan dan prospek masa depan dibandingkan dengan pihak luar, misalnya investor, kreditor dan

pemerintah. *Corporate social responsibility* dan nilai perusahaan diharapkan memberikan manfaat teoritis bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas, solvabilitas, terhadap *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau informasi yang berarti bagi perusahaan dalam menjalankan fungsi perusahaan mengenai persepsi komitmen, kompetensi, dan kinerja karyawan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan acuan informasi dan pemahaman tentang nilai perusahaan untuk membantu investor dalam menganalisis nilai perusahaan dalam bentuk harga saham.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang. Brigham dan Houston (2001) isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Selanjutnya perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba.

Hubungan teori sinyal dengan profitabilitas apabila nilai profitabilitas meningkat, maka perusahaan mampu menggunakan aktivasnya secara produktif sehingga mendapat keuntungan yang besar hal ini dijadikan sinyal untuk para investor dalam memprediksi seberapa besar perubahan nilai atas saham yang dimiliki. Bagi kreditor, ini dapat dijadikan sinyal untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar pokok dan bunga pinjaman.

Hubungan teori sinyal dengan solvabilitas adalah apabila nilai solvabilitas tinggi, maka ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki hutang yang besar dan semakin tinggi pula resiko yang di tanggung perusahaan. Selama ekonomi sulit atau suku bunga tinggi, perusahaan dengan solvabilitas yang tinggi dapat mengalami masalah keuangan. Hal ini dapat menurunkan profitabilitas perusahaan dan dapat dijadikan sinyal untuk investor tidak melakukan investasi pada perusahaan yang mngalami situasi seperti ini.

Hubungan teori sinyal dengan nilai perusahaan adalah nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi sinyal negatif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari investor. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

Hubungan teori sinyal dengan *corporate social responsibility* adalah *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin memperluas pengungkapan dalam laporan tahunan. Hal ini merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor. Makin luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan menambah informasi yang diterima investor. Semakin luasnya informasi yang diterima investor akan meningkatkan tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan. 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.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai suatu perusahaan yang dilihat dari harga sahamnya. Nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV). PBV merupakan perbandingan antara harga saham perusahaan dengan nilai buku perusahaan. Nilai buku perusahaan merupakan hasil kali antara harga pasar saham dengan jumlah saham beredar (Ilmaniah, 2016). Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar. Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional (orang yang lebih mengerti) dan pemodal hanya akan menerima hasil jadi atas apa yang telah diinvestasikan (Rizaldi, dkk., 2019).

Nilai perusahaan merupakan nilai yang mengukur seberapa pentingkah sebuah perusahaan di mata para investor yang dilihat berdasarkan tinggi rendahnya harga saham dipasaran. Maka tinggi atau rendahnya nilai perusahaan dapat dilihat melalui nominal harga saham yang diperjualbelikan di pasar saham. Berdasarkan uraian sebelumnya maka nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

2.1.3 *Corporate social responsibility*

Corporate social responsibility adalah tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono, 2007:8), sedangkan menurut Untung (2009:1) *corporate sosial responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Tujuan suatu perusahaan dalam dunia bisnis tidak hanya berpacu untuk mendapat sebuah keuntungan, melainkan harus memperhatikan kondisi lingkungan sosial perusahaan atas dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional suatu perusahaan. Oleh karena itu setiap perusahaan diharapkan bukan hanya memfokuskan pada kepentingan perusahaan dan kepentingan pemilik saham, namun perusahaan juga harus mementingkan kepentingan konsumen, karyawan, masyarakat dan lingkungan sosial (Sari,2014). Dengan menjalankan kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan akan mendapatkan sebuah eksistensi dimata *stakeholders*.

Corporate social responsibility adalah interaksi yang dilakukan oleh perusahaan dengan masyarakat yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah kepercayaan yang diperoleh perusahaan yang didasari dengan budaya dan etika bisnis (Rudito dan Famiola, 2013:1). *Corporate social responsibility* berperan sebagai daya tarik investor untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena

program *corporate social responsibility* dapat menjadikan sebuah ketertarikan investor terhadap perusahaan dalam melakukan investasi atau menanamkan modalnya. Investor akan menilai sebuah perusahaan berdasarkan kontribusi yang telah dilakukan perusahaan terhadap lingkungan sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* merupakan sebuah bentuk tanggung jawab sosial suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan yang dijalankan berdasarkan nilai dan norma yang berlaku, untuk memperoleh sebuah kepercayaan dari *stakeholder* yang berkaitan dengan meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Adapun manfaat *corporate social responsibility* bagi masyarakat yaitu :

- 1) Meningkatnya kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan.
- 2) Adanya beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut.
- 3) Meningkatnya pemeliharaan fasilitas umum.
- 4) Adanya pembangunan desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak khususnya bagi masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Adapun manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan yaitu :

- 1) Meminimalkan Risiko Bisnis.
- 2) Menjaga hubungan baik dengan Stakeholder.
- 3) Mendapatkan lisesnsi untuk beroperasi secara sosial.
- 4) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 5) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.

- 6) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
- 7) Peluang mendapatkan penghargaan.
- 8) Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.
- 9) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 10) Meningkatkan harga saham.

Menurut Crowther David (2008:201) mengemukakan tentang prinsip – prinsip *corporate social responsibility* menjadi 3 yaitu:

- 1) *Sustainability*, berkaitan dengan cara perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.
- 2) *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan.
- 3) *Transparancy*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.1.4 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas (Kasmir,2015:196) merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas majemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Hasil pengukuran rasio dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini. apakah telah bekerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang telah ditentukan, maka telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode. Namun sebaliknya, jika gagal atau tidak berhasil mencapai target yang telah ditentukan akan menjadi pelajaran bagi manajemen untuk periode ke depan.

Return on total asset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset, yang berarti efisiensi manajemen (Hanafi dan Halim, 2012:81). Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya.

2.1.5 Rasio Solvabilitas

Solvabilitas atau leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut Irham Fahmi (2017).

Menurut Kasmir (2015:153) ada 8 tujuan perusahaan dengan menggunakan solvabilitas, yaitu:

- 1) Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
- 2) Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
- 3) Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
- 4) Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
- 5) Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
- 6) Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
- 7) Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

Rasio Utang terhadap Modal (*Debt to Equity Ratio*) Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal (Hery, 2015:168).

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Lubis, dkk (2017) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank yang Go Public Periode Tahun 2011–2014. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa *return on equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV, DER berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap PBV, LDR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap PBV.

Lumentut dan Mengantar (2019) dengan judul Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Kompas100 Periode 2012-2016. Teknik analisis yang digunakan ialah analisis regresi berganda. Hasil menunjukkan bahwa dari hasil penelitian ini adalah likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sedangkan solvabilitas dan aktivitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Kompas100 periode 2012-2016.

Wahyuningsih dan Mahdar (2018) dengan judul Pengaruh Size, *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sedangkan variabel *leverage* berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) luas dan berpengaruh secara negatif pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sedikit. Secara simultan ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Novarianto dan Dwimulyani (2019) dengan judul Pengaruh Penghindaran Pajak, *Leverage*, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Teknik analisis yang digunakan adalah

analisis regresi berganda. Hasil menunjukkan bahwa penghindaran pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. *Leverage* berpengaruh positif pada Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Transparansi perusahaan tidak dapat memperkuat pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan.

Komala dkk (2021) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil menunjukkan bahwa profitabilitas, keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan solvabilitas berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Dan likuiditas dan keputusan investasi tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Wasito (2016) dengan judul Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas, Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2014. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda Hasil menunjukkan bahwa *Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, likuiditas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, solvabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Aruan dkk (2021) dengan judul Pengaruh Kepemilikan Publik, NPM, Pertumbuhan Perusahaan, dan Solvabilitas terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* pada Perusahaan Infrastruktur Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2015-2019. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa Kepemilikan Publik, *Net Profit Margin*, dan Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada. Sedangkan Solvabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dan Secara simultan variabel Kepemilikan Publik, *Net Profit Margin*, Pertumbuhan Perusahaan dan Solvabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Priyadi (2018) dengan judul Pengaruh Profitabilitas Dan *Size* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *corporate social responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa profitabilitas, *corporate social responsibility*, profitabilitas yang dimoderasi oleh *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Sedangkan variabel yang lain, ukuran perusahaan serta ukuran perusahaan yang dimoderasi oleh *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

Itsnaini dan Subradjo (2017) dengan judul Pengaruh Profitabilitas Dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier

berganda. Hasil menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hasil uji residual menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, dan hasil uji residual menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* mampu memoderasi antara solvabilitas dengan nilai perusahaan.

Sinaga (2021) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Aneka Industri Sektor Tekstil Dan Garment Terdaftar Di Bei 2016-2018. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dan persamaan dari hasil penelitian. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ada pada variabel bebasnya yang berbeda-beda dan lokasi penelitian yang berbeda sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ada pada variabel yang menggunakan variabel profitabilitas, solvabilitas, *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.