

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu mekanisme bagi organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility* menjadi suatu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* pada saat ini dianggap sebagai sebagai inti etika bisnis yaitu kesadaran bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan legal terhadap pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, *costumers*, *investors*, masyarakat, pegawai dan kompetitor. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terbagi menjadi 7 kategori Sembiring (2005) yaitu : (1.) lingkungan (2.) Energi (3.) kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, (4.) Lain-lain tenaga kerja, (5.) Produk, (6.) Keterlibatan masyarakat, (7.) Umum.

Menurut Suharto (2008) CSR adalah kegiatan bisnis yang tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan melainkan untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, adapun tujuan dari *Corporate Social Responsibility* adalah ; 1) untuk meningkatkan dan mempertahankan citra positif perusahaan, 2) untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat, 3) sebagai

perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional yang tujuannya untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Untuk itu maka CSR perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat Suharto (2008).

Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan sebuah wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinational. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran untuk menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang sudah membentuk ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya. Pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal tetapi juga memiliki kewajiban kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban diatas.

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan ditemukan hasil yang kurang konsisten dan juga berbeda-beda yang dapat disebabkan oleh faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap variabel independen dengan variabel dependen. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yaitu Profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi dapat diharapkan menaikkan nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu dicapai oleh perusahaan didalam menjalankan

operasinya. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam melaksanakan CSR yang berpengaruh terhadap kepercayaan *stakeholders* kepada perusahaan yang nantinya meningkatkan nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya.

Pengungkapan CSR merupakan suatu pengungkapan tanggung jawab sosial dengan menggunakan indeks yang dihitung berdasarkan jumlah item pengungkapan CSR yang diungkapkan perusahaan. Pendekatan yang digunakan untuk menghitung CSRI menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam penelitian di beri nilai 1 jika diungkapkan, dan 0 jika tidak diungkapkan. Berikut ini adalah rumus CSRI Sembiring (2005). Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut :

$$CSRIj = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan :

$CSRIj$ = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n_j = Jumlah *item* pengungkapan CSR untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} = 1: jika *item* i diungkapkan; 0: jika *item* i tidak diungkapkan

Dengan demikian, $0 \leq CSRIj \leq 1$

2.1.2 *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance (GCG) adalah sebuah sistem dan tata kelola perusahaan yang didalamnya mengatur antara manajemen dengan seluruh pemilik kepentingan perusahaan (*stakeholders*) seperti kreditor supplier, konsumen, pekerja, pemerintah dan masyarakat luas. *Good Corporate Governance* merupakan kumpulan hubungan antara pihak manajemen perusahaan, board, pemegang saham dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam perusahaan. *Good Corporate Governance* yang baik dapat memberikan insentif yang baik bagi board dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan yang merupakan kepentingan perusahaan dan pemegang saham, sehingga bisa mendorong perusahaan untuk menggunakan sumber daya dengan efektif. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Governance* adalah mengenai sistem, proses dan peraturan yang mengatur hubungan antara pihak pihak yang berkepentingan.

Good Corporate Governance adalah sebuah sistem dan struktur untuk mengolah perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham serta memenuhi kebutuhan berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan seperti kreditor, supplier, konsumen pemerintah dan masyarakat. Manfaat GCG yaitu : (a) mengurangi biaya agen, (b) meningkatkan nilai saham, (c) melindungi hak dan kepentingan pemegang saham, (d) meningkatkan efisiensi kerja manajemen perusahaan dan juga sekaligus meningkatkan mutu hubungan antar manajemen dalam perusahaan. Prinsip GCG yang tercantum sesuai dengan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara PER-01/MBU/2011

Tentang penerapan GCG pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) meliputi : (a) Transparansi, (b) Akuntabilitas, (c) Pertanggungjawaban, (d) Kemandirian, (e) Kewajaran.

Forum for Corporate Governance in Indonesia FCGI (2001) merumuskan tujuan dari Good Corporate Governance adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan, ada 4 unsur penting GCG yaitu keadilan, tranparansi, pertanggungjawaban, dan akuntabilitas yang diharapkan dapat menjadi jalan dalam mengurangi konflik. Dengan adanya tata kelola perusahaan yang baik maka akan dinilai baik oleh investor.

Menurut FCGI (2001) Manfaat penerapan GCG terhadap perusahaan yaitu :

- a. Pengambilan keputusan yang baik akan meningkatkan kinerja perusahaan
- b. Dana pembiayaan lebih mudah di peroleh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan
- c. Kepercayaan investor akan di dapatkan kembali untuk menanamkan modal di perusahaan
- d. Kinerja keuangan akan meningkat dan memberikan kepuasan kepada pemegang saham

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan tersebut dalam kondidi baik, sehingga dapat menarik minat dari pada investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dan harga jual saham pun akan naik kemudian nilai perusahaan akan menjadi tinggi. Penelitian Rachmawati

(2015) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, apabila profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat.

Profitabilitas adalah hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilihat oleh manajemen suatu organisasi, jadi dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sejumlah kebijakanyang telah di tetapkan oleh manajemen perusahaan. Laba yang menjadi ukuran kinerja perusahaan harus dievaluasi dari suatu periode ke priode berikutnya.

Profitabilitas adalah suatu angka yang kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba pada hasil penjualan, total aset dan modal saham. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi menjadi bebas untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas maka smakin tinggi pula pengungkapan informasi sosial perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan perbandingan antara laba perusahaan dengan investasi yang digunakan untuk memperoleh laba. Rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri, Berikut ini adalah rumus dari pada ROA (*Return On Assets*) :

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Assets} \times 100\%$$

Keterangan :

ROA = *Return on Assets*

Net Income = Laba bersih setelah pajak

Total *Assets* = Total aset

Rasio pengembalian ekuitas (*Return on Equity Rasio*)

Return on Equity Rasio (ROE) merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan. ROE dihitung dari penghasilan perusahaan terhadap modal yang diinvestasikan oleh para pemilik saham. *Return on Equity* menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengolah modal, sehingga tingkat keuntungan diukur dari investasi pemilik saham perusahaan. Rumus ROE (*Return On Equity*) sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas pemegang saham}}$$

Rasio pengembalian penjualan (*Return on Sales*)

Return on sales adalah rasio profitabilitas untuk melihat keuntungan perusahaan setelah pembayaran biaya-biaya produksi seperti upah kerja, bahan baku, dan lain-lain sebelum dikurangi pajak dan bunga. Rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dari setiap rupiah penjualan yang disebut Margin operasional, berikut ini rumus untuk menghitung Return On Sales (ROS) :

$$ROS = (\text{Laba sebelum pajak dan bunga} / \text{penjualan}) \times 100\%$$

2.1.4 Nilai Perusahaan

Menurut (Husnan dan Pudjiastuti (2012) nilai perusahaan adalah harga yang bersedia untuk dibayar oleh pembeli apabila perusahaan dijual, semakin tinggi nilai perusahaan semakin tinggi juga kemakmuran yang akan di terima oleh pemilik perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan, nilai perusahaan ini didefinisikan sebagai nilai pasar, tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham perusahaan. Terdapat beberapa konsep nilai perusahaan menurut Rahayu dkk (2010) antara lain :

1. Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, biasanya terdapat di dalam neraca perusahaan, dan juga di tulis dalam surat saham kolektif.
2. Nilai pasar merupakan harga dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya di tentukan apabila saham perusahaan di jual di pasar saham.
3. Nilai intrinsik mengacu pada perkiraan nilai riil perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep bukan hanya sekedar harga dari sekumpulan aset, namun juga nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan.
4. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang di hitung dengan konsep akuntansi. Nilai likuidasi adalah nilai jual aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang garus di penuhi. Nilai sisa merupakan bagian para pemegang saham.

Nilai perusahaan dapat di pengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). *Good Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang digunakan untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat diukur dengan harga saham menggunakan rasio penilaian, rasio penilai ini memberikan informasi seberapa besar nantinya masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang tinggi dibandingkan nilai buku. Berikut beberapa hal untuk mengukur nilai perusahaan yaitu :

Price Earning Rasio (PER)

Price Earning Ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang dikeluarkan oleh investor untuk membayar setiap laba yang di laporkan, rasio ini biasanya digunakan untuk mengukur berapa besar perbandingan antara harga saham dan keuntungan pemegang saham.

Price Earning Rasio (PER) digunakan untuk mengukur perubahan laba yang diharapkan di masa mendatang. Semakin besar PER, maka semakin besar pertumbuhan perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan, berikut adalah rumus *Price Earning Rasio (PER)* :

$$PER = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan apakah harga saham yang di perjual belikan *overvalued* (diatas) atau *undervalued* (dibawah) nilai buku saham. Berikut rumus untuk mengukur *Price to Book Value (PBV)* :

$$PBV = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book value per share}}$$

Tobin's Q

Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumus Tobin's Q yaitu :

$$Q = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.2 Penelitian terdahulu

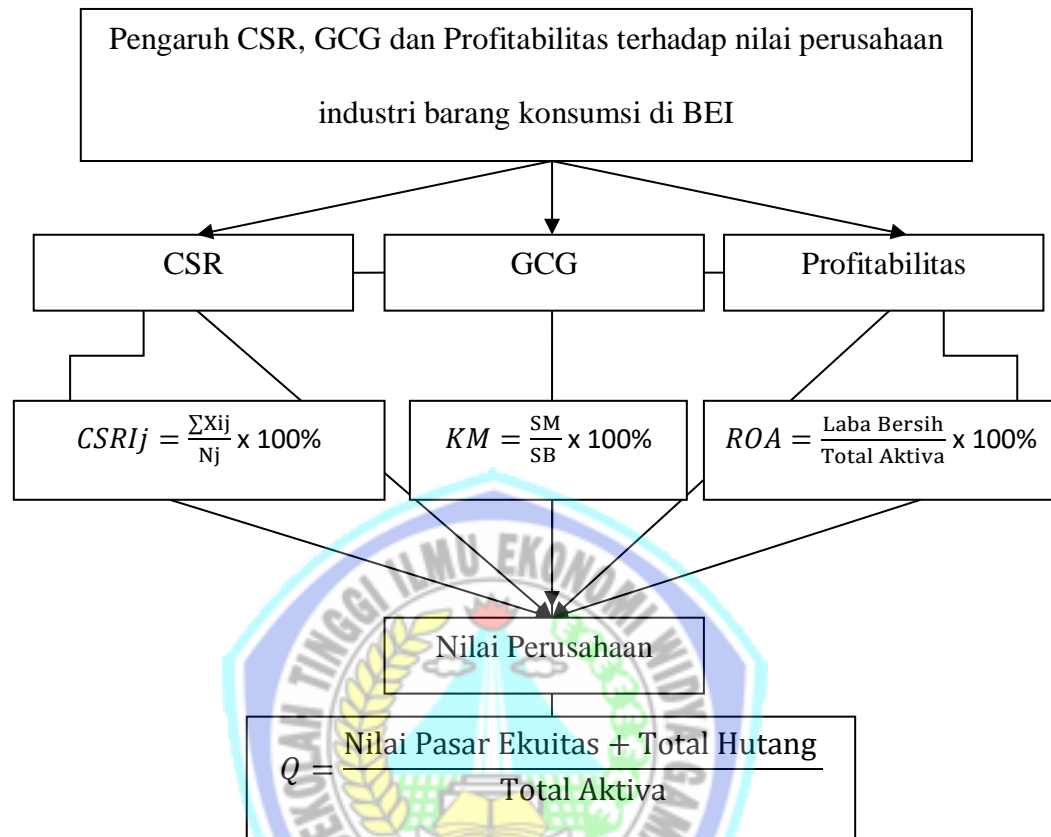
Penelitian terdahulu yang terkait dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel independen	Hasil penelitian
1	Rosiana, dkk (2013)	Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang	CSR Profitabilitas	CSR (-) Profitabilitas (-)

		terdaftar di BEI tahun 2008-2012		
2	Fauzi, dkk (2016)	Pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2013	Profitabilitas CSR GCG	GCG (-) CSR (+)
3	Arini, dkk (2018)	Pengaruh pengungkapan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015	CSR GCG	CSR (+) GCG (-)
4	Arianti dan Putra (2018)	Pengaruh profitabilitas pada hubungan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016	Profitabilitas CSR GCG	CSR (+) GCG (+)
5	R. Ariani et al., (2018)	Pengaruh pengungkapan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi	Profitabilitas CSR GCG	CSR (+) GCG (-)

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Peneliti 2021

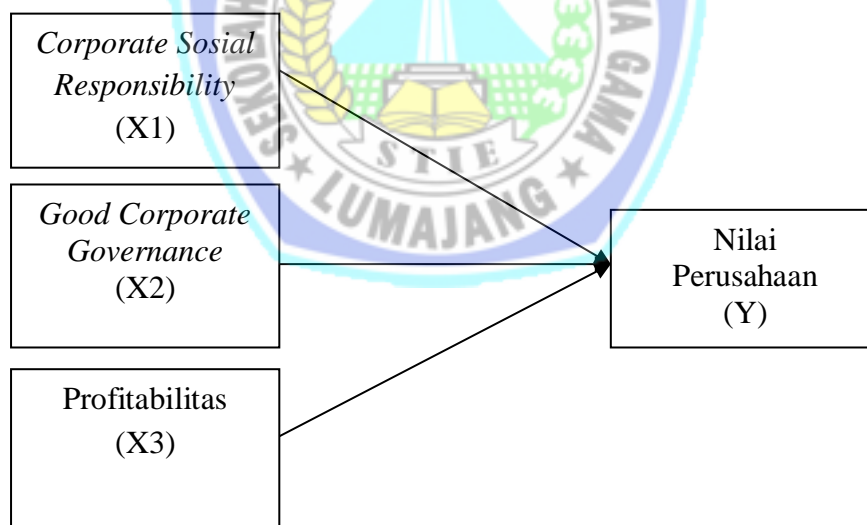
Penelitian ini dilakukan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diakses melalui www.idx.co.id. pemilihan lokasi di BEI karena informasi yang ada sudah lengkap tentang data-data keuangan perusahaan, objek dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* (PBV) pada perusahaan industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diwakili menjadi ROE. *Return On Equity* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba bersih setelah pajak berdasarkan modal perusahaan industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI), penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data penelitian berupa angka, data kuantitatif dalam penelitian ini adalah laporan keuangan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019.

2.4 Kerangka Konseptual

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif, pendekatan asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih, berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat dibuat gambar pengaruh antara variabel seperti berikut :



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual
Sumber : Peneliti 2021

2.5 Hipotesis

2.5.1 Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu perusahaan untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksi terhadap *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* pada saat ini dianggap sebagai etika bisnis adalah kesadaran bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan legal terhadap pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, masyarakat dan pegawai.

Nilai perusahaan dapat terjamin pertumbuhannya hidup perusahaan apabila perusahaan mampu memperhatikan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap sosial, ekonomi dan lingkungan hidup secara seimbang, karena dengan kemampuan tersebut antara kepentingan masyarakat, ekonomi dan lingkungan dapat menciptakan hubungan yang baik dan saling memberikan keuntungan. Aspek tersebut tercermin dari pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan sebagai salah satu bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan atas aktivitas-aktivitas. Banyak manfaat yang di peroleh perusahaan dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, diantaranya yaitu konsumen akan semakin menyukai produk perusahaan dan akan diminati oleh para investor.

Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial dianggap mampu memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat dan mampu bertanggung jawab atas aktivitas dan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan sekitar. Pelaksanaan praktik CSR akan meyakinkan investor bahwa perusahaan mampu menjamin kelangsungan hidup perusahaan kedepannya dan juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dkk (2013) yang menyatakan Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008 - 2012 dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. berdasarkan pendapat di atas maka dapat di hipotesiskan sebagai berikut :

H1 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.5.2 Hubungan *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial dan dewan komisaris sebagai proksi *Good Corporate Governance* diduga dapat meningkatkan nilai perusahaan karena kepemilikan manajerial dapat memotivasi manajer untuk bertindak hati-hati dalam mengambil keputusan dan menciptakan kinerja yang baik di perusahaan. Demikian juga dengan dewan komisaris yang menentuk ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari jumlah seluruh anggota komisaris, faktor lain yang dapat menginteraksi yaitu pengungkapan CSR.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan bagian dari GCG dan pengungkapan CSR yang transparan merupakan hal penting bagi perusahaan

untuk meningkatkan perbaikan mekanisme GCG perusahaan sehingga akan memberi nilai tambah perusahaan. Penelitian Santoso (2017 : 67), dengan judul pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening, hasil penelitian menunjukkan GCG memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. GCG yang diwakilkan proksi kepemilikan institusional memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan kinerja keuangan. Berdasarkan pendapat di atas maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut :

H2 : *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.5 Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu yang mempengaruhi nilai perusahaan, dengan banyaknya investor yang membeli saham perusahaan maka akan menaikkan harga saham perusahaan, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Paramita (2007) meneliti tentang pengaruh *insider, ownership*, kebijakan, hutang, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa *insider, ownership*, kebijakan, hutang, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nurmayasari (2012) variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return On Equity (ROE)*, hasil penelitiannya menunjukkan Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, berdasarkan pendapat di atas maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut :

H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan