

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

#### **1.1 Landasan Teori**

##### **1.1.1 Laporan keuangan**

Pada dasarnya laporan keuangan disusun untuk memberitahukan informasi mengenai keadaan suatu perusahaan yang akan bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan tersebut. Oleh karena itu laporan keuangan disusun dan disajikan selama setahun dan disajikan untuk memenuhi kebutuhan pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan. Dari pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perkembangan suatu perusahaan sangat berbeda dan berhak untuk memperoleh informasi keuangan agar dapat melihat suatu perkembangan perusahaan baik dari segi internal dan eksternalnya. Laporan keuangan digunakan oleh seorang manajemen puncak untuk mengambil keputusan yang bermanfaat bagi perkembangan suatu perusahaan sedangkan bagi seorang investor laporan keuangan juga berguna dalam mengambil suatu keputusan, apakah ingin menanamkan saham atau tidak dalam perusahaan tersebut laporan keuangan dipublikasikan dengan baik maka akan berdampak pada kualitas perusahaan. (Purnamasari,2016)

Pengertian laporan keuangan dalam Standar Akuntansi Keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2015:1) adalah : “Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas”. Menurut Munawir (2010:2): Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses

akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas suatu perusahaan. Berdasarkan kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi pada akhir periode, yang meliputi:

1. Neraca merupakan laporan yang sistematis meliputi aktiva yaitu kekayaan yang dimiliki perusahaan, hutang yaitu kewajiban perusahaan kepada pihak lain yang belum dipenuhi, serta modal yaitu bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang dapat menunjukkan keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu.
2. Laporan laba-rugi, yaitu suatu laporan yang menunjukkan pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya dari suatu unit usaha beserta laba-rugi yang diperoleh oleh suatu perusahaan untuk suatu periode tertentu.
3. Laporan perubahan posisi keuangan, yaitu suatu laporan yang berguna untuk meringkas kegiatan-kegiatan pembelanjaan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan, termasuk jumlah dana yang dihasilkan dari kegiatan usaha perusahaan dalam tahun buku bersangkutan serta melengkapi penjelasan tentang perubahan-perubahan dalam posisi keuangan selama tahun buku yang bersangkutan. Laporan arus kas, yaitu laporan yang bertujuan untuk menyajikan informasi relevan tentang penerimaan dan pengeluaran kas suatu perusahaan selama periode tertentu.

4. Laporan arus kas, yaitu laporan yang bertujuan untuk menyajikan informasi relevan tentang penerimaan dan pengeluaran kas suatu perusahaan selama periode tertentu.
5. Catatan atas laporan keuangan, meliputi penjelasan naratif atau rincian jumlah yang tertera dalam neraca, laporan laba-rugi, laporan arus kas dan laporan perubahan ekuitas serta informasi tambahan seperti kewajiban kontijensi dan komitmen.

Dari definisi beberapa ahli maka dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah suatu catatan keuangan yang memberi informasi keuangan perusahaan dan kinerja perusahaan yang wajib dilaporkan secara tahunan beserta dipublikasikan. Dan laporan dapat memberikan informasi dari aktifitas perusahaan dan kegiatan operasional berupa angka-angka dalam periode.

### **1.1.2 Nilai Perusahaan**

Nilai Perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu Agus Sartono (2010:487). Menurut penelitian lain yang dilakukn oleh Harmono (2009:233) “Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan”. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang

tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Tujuan utama perusahaan menurut theory of the firm adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*). ( Hariani,2016)

Nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham secara maksimal jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kesejahteraan pemegang saham. ( Hariani,2016)

Pengukuran Nilai Perusahaan Pengukuran Nilai Perusahaan Menurut (Brigham dan Daves, 2014:54) dalam rasio penilaian perusahaan terdiri dari :

- a. PER (*Price Earning Ratio*) adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

$$\text{Price Earning Ratio PER} = \frac{\text{harga saham}}{\text{laba per saham}}$$

- b. *Price to Book Value* (PBV) Menurut Afzal (2012), PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV juga

dapat berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan overvalued (di atas) atau undervalued (di bawah) nilai buku saham tersebut.

*Price to Book Value PBV*

$$= \frac{\text{harga perlembar saham}}{\text{nilai buku perlembar saham}}$$

- c. Tobin's Q Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston dan Copeland, 2010). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan.

Menurut Tandelilin (2010), dalam skala pengukuran nilai perusahaan menggunakan PER dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio PER} = \frac{\text{harga saham}}{\text{laba per saham}}$$

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah sebuah nilai jual sebuah perusahaan yang sedang melakukan kegiatan operasional dan sebagai cerminan harga saham untuk melakukan proses penawaran dan permintaan dalam pasar modal dan sebagai sumber informasi bagi seorang investor untuk memutuskan

berinvestasi pada sebuah perusahaan tersebut dan didalam nilai perusahaan terdapat beberapa pengukuran yang bisa digunakan.

### ***1.1.3 Corporate Social Responsibility***

#### ***a. Pengertian Corporate Social Responsibility***

*Corporate social responsibility* merupakan salah satu bagian dari *Corporate Responsibility* sehingga ada aturan atau tidak terkait dengan melaksanakan CSR, pihak perusahaan akan tetap melakukan kegiatan CSR kepada masyarakat lokal. Menurut Untung (2009:1) *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam suatu pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan melihat tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Pendapat lain mengemukakan tentang CSR Menurut Kotler dan Nancy (2005:4) dalam Gassing (2016:163), Mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan organisasi melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan. Selain itu menurut *World Business Council for Sustainable Development* mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen yang berkesinambungan dari golongan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, sepadan untuk meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta organisasi lokal dan masyarakat

luas pada umumnya. Menurut pendapat lain dikemukakan bahwa tanggung jawab sosial bisnis ( *Corporate Social Responsibility* atau disingkat CSR) adalah memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai laba dengan cara-cara yang sesuai dengan aturan permainan dalam persaingan bebas tanpa penipuan dan kecurangan (Dewi, 2013:78). Lebih lanjut lagi, CSR adalah suatu konsep yang bermaterikan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. (Dewi, 2013:79).

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang

*Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. (Suharto, 2010).

Kategori yang menjadi acuan penulis merupakan kategori yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang meliputi 6 (enam) kategori yaitu ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak azasi manusia, sosial dan tanggung jawab produk sebagai dasar *sustainability reporting* (laporan berkelanjutan).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal, CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk bertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan. Implementasi kegiatan CSR dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan. Dari beragam definisi CSR ada satu kesamaan bahwa CSR tak bisa lepas dai kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Konsep inilah yang kemudian diterjemahkan oleh John Elkington sebagai *triple bottom line* yaitu: *Profit*, *People* dan *Planet*. Maksudnya tujuan CSR harus mampu meningkatkan laba perusahaan, menyejahterakan karyawan dan masyarakat, sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan ( Titisari et.2010 )

Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa pengungkapan CSR perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.



Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholders*-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholders*-nya, terutama *stakeholders* yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Ghozali dan Chariri, 2007). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholders* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholders* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya. Hubungan yang harmonis mengakibatkan perusahaan mencapai keberlanjutan atau kelestarian (*sustainability*).

Susanto (2009: 14) terdapat enam manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam aktivitas CSR adalah mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan krisis; keterlibatan dan kebanggaan karyawan; CSR yang dilaksanakan secara konsisten mampu memperbaiki dan mempererat hubungan perusahaan dengan para stakeholder; meningkatnya penjualan; insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak.

Dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak

hanya berdasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor deviden, melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dilingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang.

#### **b. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Menurut Ebert dan Griffin dalam Thohiri (2011), definisi dari pengungkapan adalah “suatu usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok dan individual dalam lingkungan perusahaan”. Setiap pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan berfokus pada pencapaian laba disamping itu juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1 Juni 2012) Paragraf kedua belas : Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut diluar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan. 12 Pengungkapan sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela.

Oleh karena itu, perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh Badan Penyelenggara Pasar Modal

(Bappepam). Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh entitas yang dikelola oleh manajer yang memiliki filosofis manajerial yang berbeda dan keluasan dalam kaitannya dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat. Standar pelaporan pertanggungjawaban sosial sampai saat ini belum mempunyai standar yang baku, hal ini dikarenakan adanya permasalahan yang berhubungan dengan biaya dan manfaat sosial. Perusahaan dapat membuat sendiri model pelaporan pertanggungjawaban sosialnya.

Menurut peneliti, apabila perusahaan melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas kepedulian lingkungan dengan benar maka perusahaan akan memiliki citra yang baik dan mendapat dukungan dari masyarakat dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya. Pengungkapan CSR dapat mengirimkan sinyal positif bahwa perusahaan tersebut lebih baik dibandingkan perusahaan lain karena peduli terhadap dampak lingkungan, sosial dan ekonomi dari aktivitas perusahaan. Hal itu membuat masyarakat tertarik untuk melakukan investasi sehingga dapat meningkatkan DPK sebagai bentuk respon positif dan kepercayaan dari masyarakat. ( Juliasari,2018 )

Pengungkapan CSR memberikan pemahaman bahwa CSR pada dasarnya adalah komitmen perusahaan terhadap tiga elemen yaitu, ekonomi, sosial, dan lingkungan. Menurut Nurkhin (2010), perusahaan menyadari bahwa keberlangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut (Sembiring, 2005 dalam Rahmawati, 2012:183) bahwa : “Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting, atau corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.

Menurut Andreas, Desmiyawati dkk (2015) bahwa : “*Corporate social responsibility disclosure is the disclosure of all information related to social responsibility activities that have been implemented by companies. CSR disclosure was measured by Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) which refers Global Report Initiatives (GRI) indicators*”.

Menurut Gray, dkk (2001) dalam Rakiemah (2009) Pengungkapan CSR didefinisikan sebagai: “suatu proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *social accountability*, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan yang berorientasi sosial”. Pratiwi dan Djamhuri (2004) mengartikan pengungkapan social yaitu : “sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Hasil penelitian di berbagai negara membuktikan, bahwa laporan tahunan (annual report) merupakan media yang tepat untuk menyampaikan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan akan

mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan”

Faktor - faktor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut Deegan dalam Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR-nya, yaitu:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
- d. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
- e. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
- f. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- g. Untuk mengukur kelompok stakeholder yang mempunyai pengaruh yang kuat.
- h. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
- i. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu

Ruang Lingkup Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Brodshaw dan Vogel dalam Azheri (2012:36) menyatakan ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup CSR yaitu:

1. *Corporate Philantrophy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga

berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut.

2. *Corporate Responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
3. *Corporate Policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

Manfaat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Aktivitas CSR memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (social security). Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangkapanjang. Menurut Rusdianto (2013:13) terdapat manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- a. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
- b. Meningkatkan citra perusahaan.
- c. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- d. Mempertahankan posisi merek perusahaan.
- e. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- f. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (capital).

- g. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis
- h. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (risk management).

Menurut Rusdianto (2013:13) bahwa : “Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga stakeholder. Bila CSR mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan”.

Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut ISO 26000 bahwa : “*Guidance on social responsibility* (panduan tanggung jawab sosial) yang merupakan suatu standar yang memuat panduan perilaku bertanggung jawab sosial bagi organisasi guna berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan yang menggunakan standar *The Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu jaringan organisasi non-pemerintah yang bertujuan mendorong keberlanjutan dan pelaporan Lingkungan, Sosial dan Tata kelola (ESG).

GRI mengeluarkan kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang paling banyak dipergunakan di dunia dan berstandar internasional dalam rangka mendorong transparansi yang lebih besar. Kerangka tersebut, bersama ”Petunjuk G3”, menetapkan prinsip dan indikator yang dapat dipergunakan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial-nya”. Indikator-indikator dalam *GRI Standard Disclosure G3.1*, terdiri dari 3 komponen: 1. Indikator

Kinerja Ekonomi (Economic Performance Indicator) 2. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance Indicator*) 3. Indikator Kinerja Sosial (*Social Performance Indicators*), terdiri dari 4 aspek, yaitu: - Indikator Kinerja Praktek Kerja & Kelayakan Kerja (*Labor Practices & Decent Work Performance Indicator*) - Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performance Indicator*) - Indikator Kinerja Masyarakat (*Society Performance Indicator*) - Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (*Product Responsibility Performance Indicator*) Berikut ini adalah item-item yang merupakan bagian dari indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hal ini Menurut Freedman dalam Kuntari dan Sulistyani (2007), salah satu metode atau pendekatan yang dapat dilakukan untuk pengungkapan CSR adalah dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. CSR yang dapat digunakan adalah *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Menurut Haniffa (2005), rumus perhitungan CSRIj adalah :

$$CSRIj = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan: Corporate Social Responsibility Index perusahaan j

$\sum$  : dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

: jumlah item perusahaan j,  $n_j \leq 79$



Dapat disimpulkan dari penjas diatas bahwa CSR dapat diukur dengan menggunakan GRI dengan berbagai komponen didalamnya dan dapat diukur dengan menggunakan CSRI (*corporate social responsibility indeks*).

#### **1.1.4 Rasio Keuangan**

Menurut Kasmir (2012) rasio keuangan adalah kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka ke angka lainnya. Jadi, rasio keuangan merupakan sebuah perbandingan suatu angka dengan angka lainnya dalam laporan keuangan. Perbandingan ini dilakukan oleh satu komponen dengan komponen laporan keuangan atau setiap komponen antar laporan keuangan. Perbandingan dapat dilakukan dalam satu atau beberapa periode.

Hasil perhitungan rasio keuangan berguna untuk melihat kinerja manajemen sebuah perusahaan apakah sesuai dengan target yang ditentukan. Selain itu, perhitungan rasio keuangan juga bisa digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk menentukan kebijakan yang harus diambil dalam periode berikutnya. Kasmir (2012) menggolongkan rasio keuangan sebagai berikut :

1. Rasio neraca, yaitu membandingkan angka-angka yang hanya bersumber dari neraca.
2. Rasio laporan laba rugi, yaitu membandingkan angka-angka yang hanya bersumber dari laporan laba rugi.
3. Rasio antar laporan yaitu membandingkan angka-angka dari dua sumber (data campuran), baik yang ada di neraca maupun di laporan laba rugi.

J. Fred Weston dalam buku kasmir (2012:129) menyatakan bentuk-bentuk rasio keuangan adalah sebagai berikut :

### 1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*)

Menurut J. Fred Weston dalam buku kasmir (2012:129) menyebutkan bahwa rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Tujuan rasio likuiditas adalah melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jatuh tempo Jenis-jenis rasio likuiditas adalah sebagai berikut :

#### a. Rasio lancar (*current ratio*)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam membayar utang jangka pendek yang akan ditagih pada saat jatuh tempo secara keseluruhan. Perhitungan rasio lancar dilakukan dengan cara membandingkan antara total aktiva lancar dengan total utang lancar (Kasmir).

#### b. Rasio cepat (*quick ratio*)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar utang lancar dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai *inventory*. Kasmir mengungkapkan untuk mengukur *quick ratio*, diukur dari total aktiva lancar kemudian dikurangi dengan nilai sediaan. Terkadang perusahaan juga memasukkan biaya yang dibayar dimuka jika memang ada dan dibandingkan dengan seluruh utang lancar.

#### c. Rasio kas (*cash ratio*)

Rasio ini digunakan untuk melihat seberapa besar jumlah uang kas yang dimiliki untuk membayar utang. Rasio ini bisa dikatakan kemampuan perusahaan yang sebenarnya dalam membayar hutang jangka pendeknya.

d. Rasio perputaran kas

Rasio perputaran kas berfungsi untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan. Artinya, kegunaan dari rasio ini adalah mengukur ketersediaan kas yang digunakan untuk membayar tagihan dan biaya penjualan.

e. *Inventory to net working capital*

Menurut Kasmir (2012) *inventory to net working capital* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Modal kerja tersebut terdiri dari pengurangan antara aktiva lancar dengan utang lancar.

**1 Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*)**

*Leverage* adalah perbandingan antara total hutang dengan total aset. Sudana (2011:157) menyatakan bahwa *leverage* timbul dikarenakan perusahaan dalam operasinya menggunakan aktiva serta sumber dana yang menimbulkan beban tetap perusahaan. Hal tersebut mengartikan seberapa besar jumlah aset perusahaan yang dibiayai hutang. Sehingga, semakin besar nilai *leverage* maka resiko investor akan semakin besar. Investor akan menuntut perusahaan untuk menghasilkan laba yang lebih besar. Menurut Jumingan (2206:227) kegunaan dari rasio *leverage* adalah :

- a. Mengetahui kondisi entitas terhadap seluruh kewajibannya kepada pihak lain
- b. Mengetahui kemampuan entitas untuk memenuhi kewajiban yang bersifat tetap
- c. Mengetahui keseimbangan antara nilai aset dengan modal yang dimiliki entitas

Kasmir (2012) menyatakan jenis-jenis rasio yang ada dalam solvabilitas antara lain:

- a. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

*Debt Ratio* merupakan utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aktiva (Kasmir:2012). Berdasarkan pengertian tersebut, rasio ini mengukur seberapa banyak aktiva yang dibiayai oleh hutang dan seberapa besar utang perusahaan yang mempengaruhi pengelolaan aktiva.

- b. *Debt to Equity Ratio*

Kasmir (2012) mengungkapkan *debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Kegunaan rasio ini adalah untuk melihat seberapa besar modal pribadi yang digunakan sebagai jaminan hutang. semakin besar nilai rasio bagi perusahaan akan semakin baik.

- c. *Long Term Debt to Equity Ratio*

*Long term debt to equity ratio* adalah perbandingan antara kewajiban jangka panjang dengan modal sendiri. Menurut Kasmir (2012) tujuan rasio ini adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan perusahaan.

- d. *Time Interest Earned*

*Time interest earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Menurut Kasmir (2012) jumlah kali perolehan bunga atau *time interest earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Jadi, perusahaan yang tidak dapat membayar bunga akan menurunkan pendapatan sehingga menghilangkan kepercayaan kreditor. Semakin tidak mampu menanggung biaya akan mengakibatkan perusahaan mengalami pailit.

e. *Fixed Charge Coverage* (FCC)

*Fixed charge coverage* atau istilah lainnya adalah lingkup biaya tetap. Kasmir (2012) menyatakan biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang. Rasio ini hampir sama dengan *time interest earned*, yang menjadi pembeda adalah dilakukannya rasio ini apabila suatu perusahaan mendapatkan kewajiban jangka panjang berdasarkan kontrak sewa.

## 2 **Aktivitas (*Activity Ratio*)**

Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya (Kasmir:2012). Rasio ini digunakan untuk melihat tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya. Selain itu, rasio ini juga dapat membantu manajemen perusahaan untuk melihat aktivitas perusahaan selama ini. Kemudian dari hasil tersebut manajemen membandingkan dengan target yang sudah ditetapkan. Berdasar pada hal tersebut,

maka manajemen perusahaan dapat melihat pada periode ini perusahaan sudah berjalan sesuai target yang sudah ditentukan atau belum.

Kasmir (2012) mengungkapkan berikut adalah jenis-jenis rasio aktivitas yang dirangkum dari beberapa ahli keuangan yaitu :

a. Perputaran piutang (*receivable turn over*)

Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau beberapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode (Kasmir : 2012). Semakin tinggi nilai rasio menunjukkan kondisi perusahaan semakin baik, karena modal kerja yang ditanamkan untuk piutang semakin rendah.

b. Hari rata-rata penagihan piutang (*days of receivable*)

J. Fred Weston dalam buku kasmir (2012) menyebutkan rata-rata jangka waktu penagihan adalah ukuran perputaran piutang yang diukur dengan menggunakan dua tahapan berikut:

- 1) Penjualan per hari
- 2) Hari lamanya penjualan terikat dalam bentuk piutang

c. Perputaran sediaan (*inventory trn over*)

Kasmir (2012) menyatakan perputaran sediaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam sediaan ini berputar dalam satu periode. Semakin kecil rasio ini maka semakin jelek karena jumlah barang sediaan dalam satu tahun kecil perputarannya.

d. Hari rata-rata penagihan sediaan (*days of inventory*)

Untuk mengetahui berapa hari rata-rata sediaan tersimpan dalam gudang, data dicari dengan cara membagikan jumlah hari dalam satu tahun dibagi perputaran sediaan (Kasmir:2012).

e. Perputaran modal kerja (*working capital turn over*)

Perputaran modal kerja merupakan salah satu rasio untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu (Kasmir:2012). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perputaran modal kerja suatu perusahaan dalam periode tertentu.

f. Perputaran aktiva tetap (*fixed asset turn over*)

Kasmir (2012) menyatakan bahwa rasio perputaran aktiva tetap adalah rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dan yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode. Rasio ini untuk mengukur apakah aktiva tetap suatu perusahaan sudah digunakan sepenuhnya atau belum.

g. Perputaran aktiva (*asset turn over*)

Rasio perputaran aktiva merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva (Kasmir:2012).

### 3 Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*)

Menurut Sartono (2012:122) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan modal sendiri, total aktiva maupun penjualan. Rasio profitabilitas memiliki tujuan serta manfaat

tidak hanya bagi pihak internal saja, namun juga bagi pihak eksternal atau diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) mengungkapkan profitabilitas adalah aspek kinerja manajer ketika mengolah aset yang diperuntukkan menghasilkan laba.

#### **4 Rasio Pertumbuhan (*Growth Ratio*)**

Kasmir (2012) menyatakan rasio ini merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.

#### **5 Rasio Penilaian (*Valuation Ratio*)**

Rasio penilaian yaitu rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai pasar usahanya diatas biaya investasi (Kasmir:2012).

##### **A. Leverage**

Menurut Harahap (2013) *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Menurut Kasmir (2009: 158) *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayarkan seluruh kewajibannya (baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang). Menurut Atmaja (2008: 271) *leverage* (rasio hutang) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang.



*Leverage* adalah penggunaan biaya tetap dalam usaha untuk meningkatkan profitabilitas. *Leverage* merupakan pedang bermata dua, yang mana jika laba perusahaan dapat diperbesar, maka begitu juga dengan kerugiannya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penggunaan leverage bisa saja meningkatkan laba perusahaan, akan tetapi bila terjadi sesuatu diluar yang diharapkan maka kerugian yang diperoleh akan sama besarnya. Dalam studi-studi empiris, *leverage* didefinisikan sebagai sebuah ukuran yang menunjukkan seberapa besar tingkat penggunaan hutang dalam membiayai aktiva perusahaan. Ada tiga ukuran *leverage* yang sering digunakan sebagai proxy dari struktur modal yaitu *rasio total debt to totalasset*, *rasio long-term debt to totalasset* dan *short-term debt to totalasset*. Pengukuran ini sesuai dengan penelitian Chen (2008). Mengingat hutang adalah instrument yang sensitif terhadap perubahan nilai perusahaan. Semakin tinggi proporsi hutang maka semakin tinggi harga saham karena penggunaan hutang diharapkan mampu menambah tingkat pengembalian perusahaan sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan harga perusahaan tersebut melalui pemenuhan modal yang dibutuhkan perusahaan dalam rangka melancarkan kegiatan operasional. (Chen.2008)

Selain itu, penggunaan *leverage* cukup menguntungkan bagi perusahaan karena adanya efek dari *corporate tax shield*, dimana hutang dapat melindungi tingkat pajak perusahaan atas laba sehingga proporsi hutang pada perusahaan dapat optimal dan kinerja perusahaan pun dapat meningkat. Hal tersebut sesuai dengan teori *trade-off* dimana penggunaan hutang akan meningkatkan nilai

perusahaan sampai batas *leverage* tertentu (optimal), dan setelah melewati titik optimal, penggunaan *leverage* akan menimbulkan biaya kebangkrutan yang lebih besar sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan.

Dalam arti luas, rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang (Hery, 2016). Rasio *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 ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang (Fahmi, 2012). Menurut Sartono (2015) *financial leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%.

Konsep leverage ini penting bagi investor dalam membuat pertimbangan penilaian saham. Para investor umumnya cenderung menghindari risiko. Risiko yang timbul dalam penggunaan financial leverage disebut dengan financial risk yaitu risiko tambahan yang dibebankan kepada pemegang saham sebagai hasil penggunaan utang oleh perusahaan. Semakin tinggi leverage, semakin besar risiko keuangannya. (Prasetyorini, 2013)

Rasio Leverage menurut Darsono (2005: 54) beberapa alat ukur yang digunakan dalam rasio leverage adalah sebagai berikut:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR) Rasio ini menekankan pentingnya pendanaan hutang dengan jalan menunjukkan persentase aktiva perusahaan yang didukung oleh hutang. Rasio ini juga menyediakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam mengadaptasi kondisi pengurangan aktiva akibat kerugian tanpa mengurangi pembayaran bunga kepada kreditor. Nilai rasio yang tinggi menunjukkan peningkatan dari resiko pada kreditor (Darsono 2005: 54). DAR dapat dihitung dengan rumus:

$$DAR = \frac{\text{total kewajiban}}{\text{total asset}}$$

2. *Debt Equity Ratio* (DER) Menurut Horne dan Wachowicz (2005 : 200), *Debt to Equity Ratio* adalah rasio utang dengan ekuitas menunjukkan sejauh mana pendanaan dari utang digunakan jika dibandingkan dengan pendanaan ekuitas. Rasio pendanaan yang diukur dengan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar hutang. Oleh karena itu, semakin rendah DER akan semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. *Debt to equity ratio* memberikan jaminan tentang seberapa besar hutang perusahaan dijamin oleh modal sendiri. Semakin tinggi rasio menunjukkan semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh

para pemegang saham (Darsono 2005: 54). DER dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{DER} = \frac{\text{total kewajiban}}{\text{total modal}}$$

3. Long term Debt to Equity Ratio (LTDE) Rasio ini menunjukkan perbandingan antara klaim keuangan jangka panjang yang digunakan untuk mendanai kesempatan investasi jangka panjang dengan pengembalian jangka panjang pula. Rasio ini dihitung dengan rumus:

$$\text{LTDE} = \frac{\text{hutang jangka panjang}}{\text{total modal}}$$

Tingkat *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit. Pengukuran *leverage* dilakukan dengan membandingkan antara total kewajiban dengan total modal, sejalan dengan pengukuran *leverage* untuk negara berkembang (Rawi 2008). Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{total kewajiban}}{\text{total modal}}$$

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah sebuah ukuran yang dapat menunjukkan seberapa besar tingkat

penggunaan hutang dalam membiayai aktiva perusahaan dan dapat menggunakan hutang untuk memaksimalkan keuntungan.

## **B. Profitabilitas**

Profitabilitas atau laba merupakan pendapatan dikurangi beban dan kerugian selama periode pelaporan. Analisis mengenai profitabilitas sangat penting bagi kreditor dan investor ekuitas. Bagi kreditor, laba merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok pinjaman. Sedangkan bagi investor ekuitas, laba merupakan salah satu faktor penentu perubahan nilai efek. Hal yang terpenting bagi perusahaan adalah bagaimana laba tersebut bisa memaksimalkan pemegang saham bukan seberapa besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Saidi (2004), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan return. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan (Brigham & Houston, 2009). Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Seringkali pengamatan menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi perusahaan yang memperoleh laba yang

besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja yang baik, sebaliknya kalau laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil atau menurun dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau memiliki kinerja yang kurang baik. Laba yang menjadi ukuran kinerja perusahaan harus dievaluasi dari suatu periode ke periode berikutnya dan bagaimana laba aktual dibandingkan dengan laba yang direncanakan. (Prasetyorini,2013)

Profitabilitas yang nilainya tinggi menunjukkan keberhasilan dan pemantauan pada perusahaan sudah terlaksana dengan baik dan menunjukkan semakin baik pengelolaan asetnya untuk mendapatkan laba. Sedangkan profitabilitas yang rendah menunjukkan kinerja keuangan perusahaan kurang baik di mata pemegang saham, karena pengelolaan aset untuk mendapatkan laba dipandang cukup buruk. Tanpa adanya laba maka perusahaan akan sulit mendapatkan modal dari eksternal perusahaan. Rasid (2018) menyatakan Rasio Profitabilitas menjadi ukuran untuk menunjukkan kemampuan dalam penekanan biaya yang terjadi serta peningkatan penjualan.

Menurut Harahap (2009) beberapa jenis rasio profitabilitas adalah sebagai berikut :

a. Margin laba (*Profit Margin*)

Rasio ini memberlihatkan seberapa besar pendapatan bersih yang didapat dari setiap penjualan. Semakin besar nilai rasio ini makin semalin baik karena kemampuan perusahaan mendapatkan laba semakin baik juga.

a. *Asset turn over (Return on Asset)*

Rasio ini menunjukkan perputaran aktiva yang diukur dari besarnya penjualan. Semakin tinggi nilai rasio maka semakin baik karena perputaran aktiva cepat dan laba yang didapat meningkat.

b. *Return on Investment (Return on Equity)*

Rasio ini menunjukkan besaran persentase laba bersih apabila dikur dengan modal pemilik.

c. *Return on Total Asset*

Rasio ini menunjukkan besaran persentase laba bersih apabila dikur dengan nilai aset.

d. *Basic Earning Power*

rasio ini adalah kemampuan perusahaan dalm mendapatkan laba dilihat dari jumlah laba sebelum beban bunga dan pajak dibandingkan dengan total aktiva.

e. *Earning per Share*

Rasio ini digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba.

f. *Contribution Margin* Rasio ini memperlihatkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang digunjakan untuk menutupi biaya tetap dan biaya operasi lainnya.

Apabila seorang manajer telah bekerja keras dan berhasil meningkatkan penjualan sementara biaya tidak berubah, maka laba harus meningkat melebihi periode sebelumnya yang mengisyaratkan keberhasilan. ROE menunjukkan

kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham yaitu untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. (Prasetyorini,2013)

Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan. Naiknya rasio ROE dari tahun ke tahun pada perusahaan berarti terjadi adanya kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan. Naiknya laba bersih dapat dijadikan salah satu indikasi bahwa nilai perusahaan juga naik karena naiknya laba bersih sebuah perusahaan yang bersangkutan akan menyebabkan harga saham yang berarti juga kenaikan dalam nilai perusahaan. (Prasetyorini,2013)

Untari (2010), Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan operasional sehari-hari (Caroline dan Agaton 2010). *Return on Equity* merupakan alat analisis keuangan untuk mengukur profitabilitas.

Kusumawati (2005) mengatakan, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada masa mendatang dan merupakan indikator dari keberhasilan operasi perusahaan. Horne dan John (2005)



mengatakan bahwa, rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis yaitu, rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan (margin laba kotor dan margin laba bersih), dan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi yaitu *return on asset* (ROA) *return on equity* (ROE).

Profitabilitas dianggap sebagai alat yang valid dalam mengukur hasilpelaksanaan operasi perusahaan, karena profitabilitas merupakan alat perbandingan pada berbagai alternatif investasi yang sesuai dengan tingkat resiko. Jumlah lababersih seringkali dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuanganlainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai persentase dari beberapa tingkat aktivitas atau investasi. Perbandingan ini disebut rasio profitabilitas (*profitabilitas ratio*).

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuannya, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, ekuitas, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Harahap:2007). Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.

Profitabilitas ini sering digunakan untuk pengukuran kinerja perusahaan dan sebagai efisiensi modal kerja. Profitabilitas juga merupakan rasio yang mengukur seberapa besar kecilnya kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dalam

penjualan, aset, maupun laba itu sendiri. Rasio ini menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Joened dan Damayanthi, 2016)

Dengan demikian perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi bahwa laporan keuangan tersebut mengandung berita yang baik, dan perusahaan yang memiliki berita baik tersebut biasanya penyampaian laporan keuangannya tepat waktu. Begitu sebaliknya jika perusahaan mengalami profitabilitas kurang baik cenderung dalam penyampaian laporan keuangannya mengalami keterlambatan (Putra dan Ramantha, 2015)

Profitabilitas ini diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) yaitu dengan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan rata-rata total aset sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{rata-rata total aset}}$$

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah suatu faktor yang fleksibel dari sejumlah kebijakan dan keputusan dari manajemen laba untuk menghasilkan laba pada masa mendatang dan salah satu indikator dari kegiatan operasional perusahaan.

## 1.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu membahas tentang *Corporate social responsiblity*, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

**Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Bhukti fitri \prasyorini. (2013)	Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	X1 : Ukuran Perusahaan. X2 : leverage X3 : price earning ratio X4 : profitabilitas Y : nilai perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, <i>price earning ratio</i> , dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2.	Ni Made Intan Wulandari I Gusti Bagus Wiksuan. (2017)		X1 : Profitabilitas. X2 : Struktur modal X3 : Ukuran perusahaan Y : nilai perusahaan	struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
3.	Komag Fridagustina Adnantara (2013)	Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Nilai Perusahaan	X1 : Struktur kepemilikan saham X2 : <i>Corporate Social Responsibility</i> Y : Nilai perusahaan .	Struktur kepemilikan saham, baik itu Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Publik, tidak ada yang berpengaruh signifikan secara statistik terhadap Nilai Perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh positif dan secara statistik signifikan

---

terhadap Nilai  
Perusahaan.

4. Miranty Nurhayati (2012)	<p>Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, <i>Good Corporate Governance</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Lq45 Pada Tahun 2009-2011</p>	<p>X1 : Kinerja Keuangan X2: <i>Good Corporate Governance</i> X3: <i>Corporate Social Responsibility</i> Y : Nilai Perusahaan</p>	<p>Berpengaruhnya ROE, GCG, dan CSR terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan pada uji serentak secara teoritis terbukti benar dalam mengevaluasi nilai perusahaan. Dalam persaingan dunia bisnis tentunya pihak manajer akan melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan ROE, GCG dan CSR untuk lebih meningkatkan nilai perusahaannya dibandingkan para pesaingnya. Meningkatnya kepemilikan manajerial maka para manajer perusahaan akan mengurangi perilaku manajemen laba. Pengambilan keputusan perusahaan</p>
-----------------------------	---	---	--

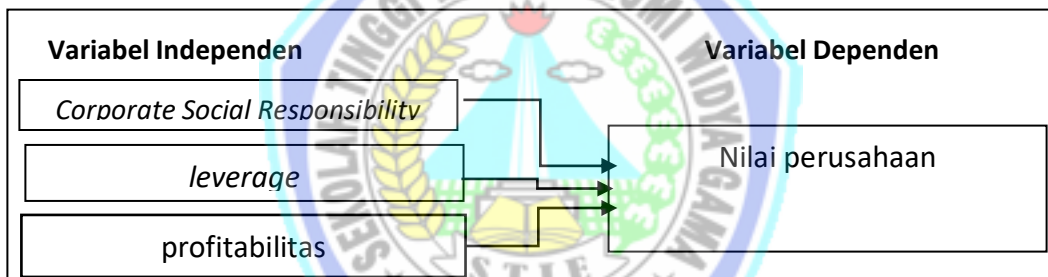
---

				<p>para manajer juga akan mendapat manfaat langsung dan apabila keputusan yang diambil salah maka para manajer juga akan menanggung resiko langsung, sehingga para manajer pun akan berhati-hati dalam mengambil keputusan.</p>
5.	Rimba Kusuma dilaga (2010)	<p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating</p>	<p>X1 : <i>Corporate Social Responsibility</i> Y : Nilai Perusahaan</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.</p>
6.	Wien Ika Permana sari (2010)	<p>Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.</p>	<p>X1 : Kepemilikan Manajemen X2 : Kepemilikan Institusional X3: <i>Corporate Social Responsibility</i> Y : Nilai Perusahaan.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel <i>corporate social responsibility</i>. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional</p>

Sumber : Diolah peneliti 2020

### 1.3 Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan teori yang diuraikan sebelumnya dan penelitian terdahulu yang menunjukkan terdapat beberapa faktor untuk mengukur nilai perusahaan . Penelitian ini menguji faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menggunakan dengan *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan Profitabilitas. Kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut :



**Gambar 2.1 Kerangka Penelitian**

Sumber : Diolah peneliti 2020

### 1.4 Hipotesis

#### 1.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

CSR didefinisikan sebagai program atau tindakan sosial yang muncul di luar kepentingan perusahaan (McWilliams dan Siegel 2000). CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat mengurangi risiko sosial dan dapat menguntungkan perusahaan

dalam jangka panjang. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan berharap akan mendapatkan legitimasi sosial dan memaksimalkan ukuran keuangan dalam jangka panjang. Tidak hanya itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan penjualan. Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial berharap akan mendapat respon positif oleh para pelaku pasar (Sayekti dan Ludovicus 2007).

Apresiasi dan reaksi pasar yang positif tersebut menciptakan suatu kinerja pasar yang baik bagi perusahaan yang mengakibatkan harga saham tinggi dan perusahaan dengan mudah menarik dana baru. Hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk berkembang dan menciptakan kondisi pasar yang sesuai, sehingga dapat meningkatkan kinerja pasar perusahaan, yang pada gilirannya akan menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Saputra 2010). Hipotesis lima pada penelitian ini diusulkan sebagai berikut:

**H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

#### **2.4.2. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan**

Semakin besar leverage menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula (Sambora dkk., 2014). Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk jika dilihat dari jumlah hutang yang dikelola dan digunakan oleh perusahaan. Sinyal tersebut efektif apabila ditangkap pasar dan dipersepsikan baik serta tidak mudah

untuk ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk. Issuer dan underwriter (rational agent) dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar.

Jika perusahaan mampu menunjukkan kualitas perusahaan yang baik maka diharapkan ketidakpastian berkurang, hal tersebut berdampak kepada minat investor yang semakin tinggi untuk berinvestasi pada perusahaan yang menyebabkan harga saham perusahaan tersebut meningkat. Penelitian oleh Dewi dan Wirajaya (2013) yang meneliti perusahaan manufaktur periode tahun 2009-2011 memperoleh hasil bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang serupa juga ditemui dalam penelitian Kusumajaya (2011), Analisa (2011) dan Cheng dan Tzeng (2011) yang menemukan bahwa leverage berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang akan diajukan adalah :

**H2 : leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

#### **2.4.3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.**

Peningkatan laba pada perusahaan dapat berpengaruh kepada harga saham yang juga akan meningkat (Husnan, 2001:317). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Perusahaan yang memperoleh keuntungan besar, berhubungan juga dengan kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya sehingga berdampak kepada nilai perusahaan yang semakin meningkat. Menurut Dewi dan Wirajaya (2013)



menyatakan bahwa apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati oleh investor karena tingkat keuntungan akan semakin besar. Kinerja perusahaan yang meningkat akan turut meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan tersebut yaitu Wijaya dan Linawati (2015), Pramana dan Mustanda (2016), Emezy (2015), Mulyawati (2014) dan Pertiwi (2012) yang memperoleh hasil penelitian bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu :

**H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

