

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. LANDASAN TEORI

##### 2.1.1. *Stakeholder Theory*

*Stakeholder Theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial) (Chariri & Ghozali, 2007). Menurut teori *stakeholder*, manajemen organisasi diharapkan melakukan kegiatan yang dianggap penting oleh *stakeholder*. Dengan kata lain kemakmuran suatu perusahaan sangat bergantung kepada dukungan dari para *stakeholdernya*. *Stakeholder* diartikan sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karena kelompok tersebut mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan atau tidak mengungkapkan suatu informasi di dalam *annual report* (Ihyaul, 2017).

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk

beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Chariri & Ghozali, 2007).

Perusahaan seharusnya tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana yang terjadi selama ini, namun bergeser ke ranah yang lebih luas lagi, yaitu pada ranah sosial kemasyarakatan, yang selanjutnya disebut tanggung jawab sosial. Akhir-akhir ini, pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan mendapatkan perhatian lebih banyak oleh *stakeholder* dibandingkan dengan pengungkapan lainnya. Sehingga perusahaan perlu menerapkan prinsip CSR agar perusahaan terlihat paling unggul di mata para *stakeholder* (Eryadini, 2012).

Kegiatan CSR yang dilakukan dan diungkapkan secara berkelanjutan dalam *sustainability report* akan memberikan dampak positif pada kelangsungan hidup perusahaan dan akan mendapatkan dukungan lebih dari *stakeholder*. *Sustainability report* merupakan laporan yang digunakan untuk menginformasikan perihal kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan pengungkapan ini, maka diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder*. *Stakeholder theory* sangat berguna dalam menjelaskan CSR karena *stakeholder theory* mampu membedakan antara isu sosial dengan *stakeholder* (Lindawati dan Puspita, 2015).

Teori ini dengan jelas menyatakan bahwa kepentingan tidak hanya ada pada pemilik atau manajemen perusahaan, namun kepentingan juga dimiliki oleh para

*stakeholder* lainnya yang merupakan bagian dari lingkungan sosial perusahaan, serta memberikan kesadaran etika tentang CSR. Pada dasarnya pengungkapan CSR bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat dan dampak positifnya terhadap masyarakat. Dalam hal ini, entitas tidak hanya berfokus pada tujuan perusahaan, tetapi juga memberikan manfaat bagi *stakeholder* sehingga manajer akan termotivasi untuk melakukan aktivitas-aktivitas pengelolaan yang baik dan maksimal atas sumber-sumber ekonomi untuk mendorong kinerja keuangan dan nilai perusahaan sesuai dengan harapan para *stakeholder*.

### **2.1.2. Signaling Theory**

*Signaling theory* pertama kali diperkenalkan oleh Spence dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Isyarat atau *signal* memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut (Spence, 1973).

*Signaling theory* membahas bagaimana cara manajemen (agen) menyampaikan sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan kepada pemilik (*principal*). Dorongan dalam memberikan sinyal ini timbul karena menghindari adanya informasi asimetris antara perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana investor mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih sedikit dan lebih lambat dibandingkan pihak

manajemen. Informasi tersebut dapat berupa laporan keuangan, informasi kebijakan perusahaan, maupun informasi lain yang dilakukan secara sukarela oleh manajemen perusahaan (Setyaningrum dan Sari, 2011)

Hubungan *signaling theory* dengan kinerja keuangan perusahaan ialah pengungkapan yang semakin luas dan terbuka akan memberikan sinyal yang baik atau positif kepada pihak-pihak berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Sama hal kaitannya dengan nilai perusahaan, penyampaian materi yang semakin luas kepada *stakeholder* dan *shareholder* akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan sehingga akan menimbulkan kepercayaan dari para *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan meningkatkan laba dan *Return on Equity* (ROE) perusahaan (Anjani dan Astika, 2018).

Hubungan *signaling theory* dengan nilai perusahaan yaitu dengan mengurangi informasi asimetris, maka nilai perusahaan juga dapat ditingkatkan. Untuk mengurangi informasi asimetris, caranya dapat dengan memberikan sinyal positif pada pihak *external* berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Hal ini merupakan sinyal yang baik dan positif yang diberikan kepada investor. Semakin luas pengungkapan yang diungkapkan, maka akan menambahkan informasi yang akan diterima oleh investor. Semakin luasnya informasi yang diterima oleh investor, maka

akan berpengaruh terhadap peningkatan 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 meningkat.

Dapat disimpulkan bahwa tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap pergerakan harga saham yang cenderung meningkat yang juga akan mempengaruhi volume saham yang diperdagangkan. Dengan pergerakan saham yang cenderung meningkat, tentunya akan berpengaruh terhadap peningkatan *return* saham perusahaan.

### **2.1.3. *Corporate Social Responsibility***

#### **2.1.3.1. *Pengertian Corporate Social Responsibility***

Lingkar studi CSR Indonesia menyatakan bahwa CSR merupakan upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Rachman, Efendi, & Wicaksana, 2011). Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa definisi tersebut berarti ingin mengajak perusahaan untuk bersungguh-sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadiran perusahaannya terhadap lingkungan sekitar. Meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan merupakan bagian utama dari usaha memberikan manfaat di masa yang akan datang.

CSR dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan. Seandainya tidak dilakukan, maka akan menimbulkan kerugian bagi diri sendiri (Kotler dan Lee, 2005). Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, CSR bukan sekedar *discretionary*, tetapi CSR adalah suatu komitmen yang merupakan kebutuhan bagi perusahaan sebagai perbaikan kualitas hidup yang baik. Secara filosofis, jika perusahaan berusaha untuk dapat berguna bagi lingkungan sekitar, maka dalam jangka panjang citra perusahaan akan tetap eksis.

Dalam memberikan manfaat, maka perusahaan wajib memiliki sebuah prioritas dan strategi. Salah satu contoh prioritas yang paling penting yaitu eksistensi perusahaan itu sendiri untuk menjadi lembaga bisnis berkelanjutan (kemampuannya dalam menghasilkan laba jangka panjang). Tentunya hal ini akan menjadi tujuan yang strategis. Jika kehadiran perusahaan dapat berguna bagi lingkungan sekitar dan didukung oleh *stakeholder*, maka kemampuan menghasilkan laba jangka panjang akan terealisasi. Dukungan dari *stakeholder* akan muncul jika dampak negatif pada ranah sosial, ekonomi, dan lingkungan, bukan hanya sekedar di minimalisir, tetapi justru mampu memberikan dampak positif yang besar bagi *stakeholder*.

Program CSR yang meliputi pengurangan kemiskinan, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan merupakan bagian dari upaya dalam pengembangan perusahaan secara berkelanjutan. Hal ini dilakukan untuk membantu perusahaan dalam hal memperbaiki performa keuangan dan akses pada modal, meningkatkan citra perusahaan dan penjualan/layanan jasa, memelihara kualitas kerja,

memperbaiki keputusan pada isu-isu kritis, serta menangani risiko secara lebih efisien dan mengurangi biaya jangka panjang.

Ada banyak pengertian CSR, salah satunya menyatakan bahwa CSR yaitu suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial dan lingkungan sekitar perusahaan berdiri. Contoh dari bentuk tanggung jawab itu dapat bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki lingkungan, pemberian beasiswa untuk pelajar tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, serta sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholdernya*. CSR timbul sejak era saat kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang lebih penting daripada sekedar *profitability* (Rachman, Efendi dan Wicaksana, 2011).

Pengertian CSR berdasarkan (ISO 26000), menyatakan bahwa CSR adalah

*“Responsibility of an organization or the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships.”*

Yang mengartikan bahwa tanggung jawab organisasi atau dampak dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan

dan etis yang berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat, memperhitungkan harapan para pemangku kepentingan; sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma perilaku internasional; dan terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktikkan dalam hubungannya.

### **2.1.3.2. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility***

CSR sangat erat hubungannya dengan pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan telah menjadi isu global yang harus dipahami dan diimplementasikan pada tingkat lokal. Pembangunan berkelanjutan hanya dipahami sebagai isu-isu lingkungan saja. Lebih dari itu, pembangunan berkelanjutan mencakup tiga hal kebijakan: pembangunan ekonomi, pembangunan sosial, dan perlindungan lingkungan yang telah digambarkan oleh John Elkington dalam bagan *triple bottom line* dalam pertemuan dari tiga pilar pembangunan yaitu “orang, planet, dan keuntungan yang merupakan tujuan pembangunan (Elkington, 1998).

Elkington (1998) memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3P, yaitu:

1. *Profit* untuk meningkatkan pendapatan perusahaan;
2. *People* untuk memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan masyarakat; serta
3. *Planet* untuk menjaga dan meningkatkan kualitas alam serta lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi.

Dalam pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memerhatikan aspek sosial dan lingkungannya (Effendi, 2009).

Pada sisi lain, Bradshaw dan Vogel (1981) juga menyatakan bahwa ada 3 (tiga) dimensi dari garis besar ruang lingkup CSR yaitu:

- 1) *Corporate Philantrophy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana 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 amal tersebut.
- 2) *Corporate Responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
- 3) *Corporate Policy* 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.

### 2.1.3.3. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan CSR, baik bagi perusahaan itu sendiri, bagi masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. Wibisono (2007) menjelaskan manfaat yang akan didapatkan dari pelaksanaan CSR, di antaranya:

- 1) **Bagi Perusahaan.** Terdapat 4 (empat) manfaat yang diperoleh perusahaan dari pengimplementasian CSR, yaitu:
  - Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas;
  - Kedua, perusahaan lebih mudah dalam memperoleh akses terhadap modal (*capital*);
  - Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas; serta
  - Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).
- 2) **Bagi Masyarakat.** Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah (*added value*) terhadap keberadaan perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai

pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktik CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

- 3) **Bagi Lingkungan.** Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat dalam mempengaruhi lingkungan sekitarnya.
- 4) **Bagi Negara.** Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut dengan “*corporate misconduct*” atau yang biasa kita kenal dengan istilah malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak terjadi penggelapan) oleh perusahaan.

#### **2.1.4. Kinerja Keuangan**

Kinerja merupakan tingkat pencapaian atas hasil dari kegiatan operasionalnya, dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi perusahaan. Kinerja keuangan adalah tingkat pencapaian prestasi suatu perusahaan pada suatu periode tertentu yang menggambarkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan. Kinerja keuangan dapat dinilai dari laporan keuangan perusahaan, karena laporan tersebut sering menjadi dasar patokan dalam menilai kinerja perusahaan. Laporan laba rugi merupakan salah satu laporan yang digunakan dalam mengukur keberhasilan operasi suatu perusahaan. Kinerja keuangan dapat diukur dengan berbagai macam indikator, seperti kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas.

Para calon investor akan menjadikan informasi laporan keuangan tersebut sebagai dasar pengambilan keputusan dalam menentukan investasi saham. Laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan cerminan dari kinerja keuangan perusahaan. Informasi keuangan tersebut memiliki fungsi sebagai sarana informasi, alat pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik perusahaan, penggambaran terhadap indikator keberhasilan perusahaan, dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Harahap, 2006). Menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah suatu keharusan bagi sebuah perusahaan dalam mempertahankan saham perusahaan agar tetap eksis dan tetap diminati oleh para investor.

Kinerja keuangan merupakan salah satu indikator yang menunjukkan efektifitas dan efisiensi suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuannya. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu indikator yang digunakan oleh investor untuk menilai suatu perusahaan yang tersekspresikan adalah harga saham di bursa efek (Alfredo, 2012). Pengukuran kinerja keuangan dapat dilihat dengan menggunakan analisis laporan keuangan atau analisis rasio. Rasio merupakan media yang digunakan dalam membandingkan dan menyelidiki hubungan yang ada diantara berbagai bagian dari informasi keuangan. Rasio yang paling umum digunakan yaitu rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas. Dalam rasio likuiditas, hal-hal yang paling diperhatikan dalam pengukurannya adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tanpa ada tekanan berlebihan. Rasio ini

berfokus pada aset lancar dan kewajiban lancar. Solvabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Pengukuran rasio solvabilitas ini biasa disebut sebagai *leverage ratio*. Profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aset dan mengelola operasinya secara efisien. Rasio profitabilitas, yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Bagi para pemegang saham (*shareholder*), rasio ini menunjukkan tingkat penghasilan mereka dalam hal investasi (Nurjanah, 2017).

#### **2.1.5. Nilai Perusahaan**

Menurut penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, dikarenakan nilai perusahaan mampu memberikan kemakmuran bagi pemegang saham (*shareholder*) secara maksimal jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi juga kemakmuran pemegang saham (*shareholder*). Untuk mencapai nilai perusahaan, biasanya para investor menyerahkan pengelolaan perusahaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun jajaran komisaris.

Samuel (2000) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi para investor, sebab *enterprise value* (EV) merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2005) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa nilai

perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika andai perusahaan tersebut di jual.

Dalam penilaian perusahaan, terdapat unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgement*. Ada beberapa konsep dasar penilaian, diantaranya yaitu: nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum, banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, diantaranya adalah (Suharli, 2006) :

- a. Pendekatan laba antara lain rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba
- b. Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas
- c. Pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen
- d. Pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva
- e. Pendekatan harga saham
- f. Pendekatan *economic value added*

Pada dasarnya, tujuan dari manajemen keuangan adalah memaksimalkan laba perusahaan. Namun, dibalik tujuan tersebut masih banyak terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika operasional perusahaan berjalan lancar, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi sama sekali tidak akan terpengaruh.

Dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Tujuan manajemen dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus mencari jalan keluar dalam upaya menaikkan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi.

Herwidiyatmo dalam Kusumadilaga (2010) mengatakan nilai perusahaan dapat ditinjau dari nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Ia menambahkan, dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar bisa menjadi tolak ukur dari nilai perusahaan. Penilaian terhadap perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal. Menurut Herwidiyatmo, kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan secara signifikan setiap waktunya. Sebelum krisis nilai perusahaan dan nominalnya dibidang cukup tinggi. Tetapi setelah krisis kondisi perusahaan merosot sementara nilai nominalnya tetap (Kusumadilaga, 2010).

Sebuah perusahaan dapat dikatakan memiliki nilai perusahaan yang baik jika kinerja perusahaannya juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai saham tinggi, maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan kemakmuran pemilik atau para *stakeholdernya*.

### **2.1.6. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan menjelaskan mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar, maka ukuran perusahaan juga akan semakin besar. Semakin besar suatu perusahaan, perusahaan akan dituntut untuk lebih transparansi dalam pengungkapan informasi kondisi perusahaan. Pengungkapan informasi yang lebih besar dimaksudkan agar *stakeholder* mengetahui gambaran mengenai kondisi dan aktivitas operasional pada perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan menjadi salah satu pertimbangan bagi *stakeholder* dalam melihat prospek kedepannya. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar di pandang sebagai perusahaan yang lebih mampu bertahan di dunia bisnis karena mempunyai kekuatan lebih dalam mendapatkan dana. Dengan kemampuan tersebut maka perusahaan akan lebih mampu menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi. Keadaan ini membuat *stakeholder* tertarik untuk berinvestasi, karena tujuan dari *stakeholder* adalah mendapatkan *return* yang tinggi.

### **2.1.7. Umur Perusahaan**

Umur perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan investor dalam menanamkan modalnya karena umur perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan yang mampu tetap bertahan dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian perusahaan

tersebut. Umur perusahaan dihitung dari awal perusahaan tersebut berdiri hingga perusahaan tersebut dapat mempertahankan eksistensinya (*going concern*) (Wirawan, 2014).

Umur perusahaan menunjukkan kredibilitas maupun reputasi perusahaan di mata masyarakat. Perusahaan yang telah lama berdiri biasanya dianggap memiliki kinerja keuangan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepercayaan masyarakat (Valentina & Gayatri, 2018).

## **2.2. PENELITIAN TERDAHULU**

Penelitian oleh Ludfi dan Firdausi (2017) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan” bertujuan untuk mengetahui, Pengaruh variabel CSR (karyawan, lingkungan, masyarakat) sebagai variabel independen baik secara parsial maupun secara simultan terhadap Return on Asset, Pengaruh variabel CSR (karyawan, lingkungan, masyarakat) sebagai variabel independen baik secara parsial atau secara simultan terhadap Tobin Q. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Sampel penelitian diambil dari data Perusahaan di BEI melalui laporan tahunan dan informasi keuangan dari laporan keuangan bagi produsen, pengembang, dan penambang (hanya korporat perdagangan biasanya murni tidak dimasukkan) dalam periode 2010-2012 dengan metode purposive sampling. Ada 95 perusahaan yang memenuhi kriteria dan akumulasi selama tiga tahun, sehingga total sampel menjadi 285 sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel CSR memberikan pengaruh yang signifikan positif secara simultan terhadap variabel dependen ROA dan Tobin Q. Secara parsial, variabel karyawan dan masyarakat yang positif signifikan mempengaruhi variabel dependen ROA, dan hanya karyawan sebagai variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap Tobin Q.

Selanjutnya, penelitian oleh Yaparto (2013) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011” memiliki tujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan yang diproksikan pada Return on Asset (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS). Penelitian ini termotivasi dari banyaknya perbedaan pada hasil penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2011, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih secara *purposive judgement sampling* menurut kriteria. Sampel yang dikumpulkan dalam penelitian ini sebanyak 158 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), serta *Earning per Share* (EPS).

Penelitian lainnya oleh Indrawan (2011) bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan

perusahaan dan kinerja perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan espektasi para pemegang saham (menghasilkan profit). Dalam penelitian ini, kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan ROE (*return on equity*) dan kinerja keuangan pasar perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's Q.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang *listing* pada tahun 2007 dan menerbitkan *annual report* pada tahun 2007 di website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dengan menggunakan metode *purposive judgement sampling*. Terdapat 31 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dan metode studi pustaka.

Berdasarkan hasil pengujian, pada hipotesis pertama ditemukan bahwa variabel CSR dan variabel kontrol *leverage*, berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), dan variabel kontrol ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi variabel kesempatan pertumbuhan (*growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan pada hipotesis kedua ditemukan bahwa variabel CSR dan variabel kontrol risiko sekuritas (*beta*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pasar (CAR), dan tiga variabel kontrol lainnya (*leverage*, *size*, dan *growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja

pasar, akan tetapi variabel *unexpected earnings* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.

Penelitian oleh Hutabarat (2017) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi” bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen diukur dengan menggunakan rasio Tobin’s Q. Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan item indikator pada *Global Reporting Initiative* (GRI) G4, variabel profitabilitas diukur dengan rasio *Return on Assets* (ROA). Profitabilitas sebagai moderasi merupakan hasil perkalian dari Tobin’s Q dan ROA perusahaan. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang terdaftar pada indeks SRI-KEHATI periode 2013-2015. Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian oleh Rosiana, Gede dan Sari (2013) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 55 data dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008 sampai 2012 yang

mana data dalam penelitian berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui teknik dokumentasi. Data penelitian ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik dan uji kesesuaian model dengan adjusted R<sup>2</sup> sebesar 37,6% yang diolah dengan menggunakan teknik regresi linier berganda dan sebesar 77,8% yang diolah dengan menggunakan teknik Moderated Regression Analysis. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Terakhir, ada penelitian dari Phooja (2017) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Populas dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2015. Dengan menggunakan metode *purposive smpling* diambil sampel 40 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah *moderated regression analysis* (MRA), uji hipotesis serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dengan tingkat signifikansi alpha 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pelaksanaan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas sebagai moderasi dapat memperkuat hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

### 2.3. HIPOTESIS PENELITIAN

Perusahaan yang mengungkapkan CSR yang baik memiliki tingkat pengungkapan lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkannya CSR. Pengungkapan yang semakin luas akan memberikan dampak positif pada pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham (*shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder*, maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai kinerja perusahaan. Hal ini tentunya akan menumbuhkan rasa kepercayaan oleh *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan meningkatkan laba dan *Return on Equity* (ROE) perusahaan. Penelitian oleh Danu Candra Indrawan (2017) bahwa berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE).

Dengan demikian, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1 : Implementasi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.**

Dalam melakukan investasi di sebuah perusahaan investor menggunakan informasi yang didapatkan dari laporan tahunan selain laporan keuangan sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Laporan tahunan juga menjadi salah satu pedoman

bagi investor untuk pertimbangan dalam hal pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Teori stakeholder menyatakan bahwa kelangsungan hidup dan keberhasilan perusahaan bergantung pada pemenuhan kebutuhan ekonomi dan non-ekonomi para stakeholder perusahaan yang dilakukan melalui kegiatan CSR. CSR akan memberikan manfaat pada kinerja keuangan jangka panjang. Hal ini disebabkan oleh adanya resiko yang kecil yang diterima oleh shareholder, yaitu dengan adanya pengurangan biaya eksternal dari mengatasi boikot dan demo yang dilakukan oleh masyarakat akibat dampak yang ditimbulkan perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan akan semakin memperluas pengungkapan dalam laporan tahunan. Hal ini merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor. Semakin luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, maka informasi yang diterima perusahaan juga akan bertambah. Semakin luas informasi yang diterima investor, maka tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan juga akan meningkat. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, pada umumnya investor akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan yang berupa pergerakan harga saham yang cenderung meningkat. Dapat disimpulkan bahwa tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi pergerakan saham yang cenderung naik pada gilirannya juga akan mempengaruhi volume saham yang diperdagangkan (Junaedi, 2005). Pergerakan harga saham yang cenderung naik tentu akan berpengaruh pada peningkatan *return* saham perusahaan. Penelitian oleh Rosiana, Juliarsa dan Sari (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub> : Implementasi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

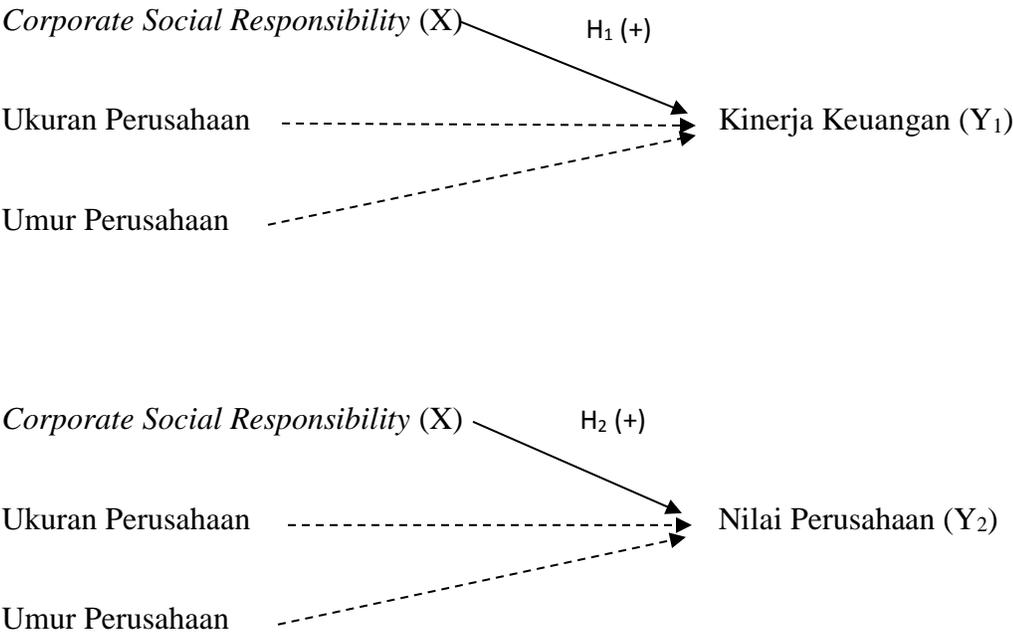
#### **2.4. KERANGKA PEMIKIRAN**

Akhir-akhir ini, pengungkapan CSR menjadi sangat penting seiring banyaknya investor yang mulai peduli terhadap lingkungan dan bagaimana cara sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya tanpa merusak lingkungan sekitarnya. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik tentu memiliki tingkat pengungkapan yang lebih baik. Semakin baik tingkat pengungkapan oleh perusahaan, maka semakin baik juga sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada *stakeholder* dan *shareholder*. Respon positif yang diberikan oleh pemegang saham berupa kepercayaan dan diterimanya produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga akan meningkatkan laba dan ROE perusahaan. Respon positif berupa pergerakan harga saham yang cenderung naik dari pemegang saham akan mempengaruhi *abnormal return* perusahaan.

Dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan, investor menggunakan laporan keuangan perusahaan. Dalam laporan keuangan, terdapat indikator informasi yang bersifat keuangan dan non keuangan. Informasi keuangan diantaranya yaitu pelaporan dan pengungkapan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini akan menggunakan *Return on Equity* (ROE) sebagai proksi untuk kinerja keuangan

dan Tobin's Q sebagai proksi untuk nilai perusahaan. Penelitian ini akan mencoba untuk mengungkapkan bagaimana pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, kerangka berfikir akan digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1. Gambar Model Kerangka Pemikiran**