

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Review Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan oleh Rasyid, Indriani, Hudaya (2022) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Pertambangan. Sampel pada penelitian ini diambil dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan situs resmi perusahaan berupa laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017 sampai 2020. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda dan regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR maupun struktur modal terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh Prasetiono (2023) tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2021). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan sosial mempengaruhi nilai perusahaan secara positif. Sedangkan variabel lingkungan dan tata kelola berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi memperlemah pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dan tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja sosial terhadap nilai perusahaan, tetapi profitabilitas memperkuat efek positif tata kelola terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Risqi, Suyanto (2022) dengan judul Pengaruh *Return On Asset* dan *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. Sampel pada penelitian ini diambil dari Bursa Efek Indonesia (BEI) berupa laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI dari kuartal I 2020 sampai kuartal II 2021. Penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Socia*

Science). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *Return On Asset* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kemudian variabel *Return On Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh *Return On Asset* terhadap nilai perusahaan, namun tidak dapat memperkuat pengaruh *Return On Equity* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Shintiya (2023) tentang pengaruh *pengungkapan Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, *Leverage* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan. Studi pada Perusahaan Freeport yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021 diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *pengungkapan corporate social responsibility (CSR)*, *profitabilitas*, dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel *leverage* mempunyai berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh Rahmania (2022) tentang pengaruh *pengungkapan CSR* dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan *profitabilitas* sebagai variabel *moderating*. Studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020, menggunakan metode *purposive sampling* untuk mendapatkan sampel yang sesuai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Pada saat yang sama, *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dapat meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan di mata investor. Sedangkan *profitabilitas* bukan variabel yang memediasi dampak kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan atau hubungan *corporate social responsibility (CSR)* perusahaan dengan nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), melainkan merupakan variabel independen yang mempengaruhi nilai secara langsung.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Corporate et al. 2024) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Profitabilitas* sebagai Variabel Moderasi. Sampel pada penelitian

ini diambil dari Bursa Efek Indonesia (BEI) berupa 33 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2021 hingga 2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi data panel dan moderated regression analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Intellectual Capital* (IC) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas mampu memoderasi pengaruh CSR dan IC terhadap nilai perusahaan.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Teori Stakeholder

Stakeholder dapat diartikan sebagai pemangku kepentingan, yaitu pihak atau kelompok yang mempunyai kepentingan baik langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan. Kepentingan muncul akibat adanya investasi, kerjasama, atau kepemilikan saham. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab memaksimalkan keuntungan bagi pemilik dan investor, namun juga bertanggung jawab dalam memberikan manfaat bagi masyarakat, lingkungan sosial, pemerintah dan pihak berkepentingan lainnya yang disebut sebagai *stakeholder*. *Stakeholder* memegang peran penting dalam kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini karena *stakeholder* mempunyai kemampuan untuk mengendalikan sumber daya yang diperlukan untuk perusahaan (Freeman, 1984).

Perusahaan hendaknya menjaga hubungan dengan *stakeholder* atau para pemangku kepentingan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, terutama dengan *stakeholder* yang mempunyai kekuasaan atas ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, dan pemilik. Upaya yang dilakukan untuk menjaga hubungan dengan *stakeholder* adalah dengan menerbitkan *sustainability report* (Binus University, 2021).

Sustainability report memberikan informasi yang transparan mengenai posisi dan kegiatan perusahaan dalam aspek keuangan, lingkungan, dan sosial. Dengan menerbitkan *sustainability report*, *stakeholder* dapat mengevaluasi secara langsung aktivitas perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi keputusan para *stakeholder* dalam berinvestasi pada perusahaan. Dengan diterbitkannya *sustainability report* ini

diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi para *stakeholder* atau para pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan perusahaan (Jati, 2021).

2.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Howard R. Bowen (1953) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah konsep dimana suatu organisasi dapat secara sukarela mengintegrasikan aspek lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Dalam pelaksanaan kegiatannya, suatu organisasi khususnya perusahaan harus mendasarkan keputusannya tidak hanya pada dampak ekonomi saja, namun juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari keputusan perusahaan tersebut, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Azry, 2022).

Corporate rosial responsibility (CSR) atau tanggung jawan sosial merupakan aspek penting bagi perusahaan. CSR bukan lagi menjadi pilihan bagi perusahaan untuk berkontribusi kepada pihak-pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan, baik pihak internal maupun pihak eksternal. Tetapi CSR menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan untuk menerapkannya agar kegiatan operasional perusahaan tetap berkelanjutan. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) menyatakan bahwa setiap perusahaan khususnya perseroaan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) juga merupakan suatu gagasan yang mengubah paradigma sebuah perusahaan, tidak lagi hanya mencerminkan kondisi keuangannya saja. Namun, memperhatikan masalah sosial dan lingkungan perusahaan (Algiffary, 2020).

2.2.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu analisis yang mengukur tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan Adam Smith (1776). Rasio profitabilitas mengukur efisiensi manajemen secara keseluruhan, yang ditentukan oleh tingkat keuntungan yang diperoleh relatif terhadap penjualan dan

investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi. Hal ini memudahkan investor untuk mengambil keputusan sebelum berinvestasi (Wahyuni, Aris Pasigai and Adzim, 2019).

Profitabilitas sangat penting bagi suatu perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek masa depan yang baik atau tidak. Profitabilitas mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Apabila manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya perusahaan akan lebih rendah dan keuntungan yang diperoleh akan semakin tinggi. Jika perusahaan tidak dapat meraih keuntungan, maka keberlangsungan perusahaan tersebut pasti.

Profitabilitas diperlukan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menggunakan modal kerja secara efektif untuk mencapai target perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan salah satu indikator utama yang bertugas menginformasikan kemampuan perusahaan dalam mencapai target keuntungan perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, rasio ini juga dapat menggambarkan efisiensi kegiatan operasional yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Semakin baik rasio profitabilitas maka dapat dikatakan perusahaan tersebut semakin baik karena dapat mengungkapkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Sukmawati *et al.*, 2022).

2.2.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah gambaran bagaimana masyarakat memandang kinerja perusahaan tersebut dari harga saham pasar. Nilai suatu perusahaan mengacu pada kepercayaan masyarakat terhadap prospek perusahaan di masa depan, ini sejalan dengan tujuan perusahaan yaitu meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Hal ini merupakan sebuah pencapaian yang dimiliki perusahaan berupa kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang telah mengalami beberapa kemajuan dalam berbagai aktivitas perusahaan dalam beberapa tahun terakhir Irving Fisher (1906). Nilai perusahaan merupakan hasil kegiatan perusahaan yang berupa nilai saham, yang ditandai dengan adanya permintaan dan penawaran di pasar modal yang memberikan penilaian masyarakat mengenai kinerja kegiatan perusahaan. Jika nilai

perusahaan tinggi maka banyak investor yang tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut, semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin banyak pula keuntungan yang dihasilkan bagi para pemegang saham (Adian Sahyu, 2023).

Nilai perusahaan diartikan sebagai pandangan investor terhadap perusahaan. Investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode yang akan datang. Nilai perusahaan juga mencerminkan kinerja perusahaan dan kemakmuran pemegang saham. Untuk mendapatkan nilai perusahaan yang baik, manajemen harus menerapkan tata kelola perusahaan yang baik dengan memberikan informasi terkait kinerja perusahaan (Candra Kurnia Saputri, 2021).

2.3 Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian tersebut dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hal ini bersifat tentatif karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori saja. Hipotesis dirumuskan berdasarkan kerangka pemikiran yang merupakan jawaban sementara atas pertanyaan yang diajukan (Mayasari and Safina, 2021). Merumuskan hipotesis berarti membentuk proporsi yang konsisten dengan kemungkinan dan derajat kebenarannya. Pengujian dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas X_1 , X_2 dan X_3 (Sally Anggraini Chandra, 2023). Untuk menggambarkan ini, kerangka konseptual telah dibuat. Kerangka konseptual yang diuraikan dalam penelitian ini bertujuan agar penelitian lebih terstruktur dan fokus. Hal ini untuk memudahkan dan memahami ide pemikiran peneliti, oleh karena itu perlu dibuat kerangka pertanyaan yang akan diajukan berdasarkan kerangka pemikiran dan teori yang dibangun, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

2.3.1 Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Kepedulian terhadap lingkungan merupakan salah satu prioritas perusahaan dalam kegiatan produksi yang berkelanjutan. Selain memperoleh keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan dan menjaga lingkungan hidup yang terkena dampak dari produksi perusahaan. *Corporate sosial responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Menurut (Oktina *et al.*, 2020) *corporate social responsibility* (CSR) merupakan aspek penting bagi perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) bukan lagi menjadi pilihan bagi perusahaan untuk berkontribusi kepada pihak-pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan, baik pihak internal maupun pihak eksternal. Tetapi *corporate social responsibility* (CSR) menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan untuk menerapkannya agar kegiatan operasional perusahaan tetap berkelanjutan.

Selain mempunyai tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*). Bentuk tanggung jawab dapat dilakukan dengan memberikan informasi terkait permasalahan keuangan dan non keuangan suatu perusahaan, seperti informasi *corporate social responsibility* (CSR). Dengan menyajikan informasi perusahaan diharapkan dapat meningkatkan reputasi yang baik bagi perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mengirimkan sinyal positif kepada pemangku kepentingan, termasuk investor. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendatangkan dukungan dari kelompok kepentingan internal (Oktina *et al.*, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Shintiya, 2023), (Oktaviami, 2016) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. maka perumusan hipotesis yang diajukan ialah.

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

2.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator yang sangat sering digunakan oleh investor ketika menilai suatu perusahaan (Sally Anggraini Chandra 2023). Besarnya keuntungan yang diraih perusahaan dapat dikatakan bahwa kinerja perusahaan tersebut sangat baik. Nilai suatu perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, sehingga semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan segala kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu kegiatan penjualan, penggunaan aset, dan penggunaan modal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sally Anggraini Chandra 2023) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut (Saputra 2018) profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Shintiya 2023) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan.

ROA (*Return on Assets*) mengukur efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi *return on assets*, semakin baik kinerja perusahaan dalam menggunakan sumber daya aset yang dimilikinya untuk menciptakan keuntungan. Hal ini penting bagi investor karena perusahaan yang mampu mengelola aset secara efektif dianggap memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Oleh karena itu, diharapkan bahwa ROA yang lebih tinggi akan berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

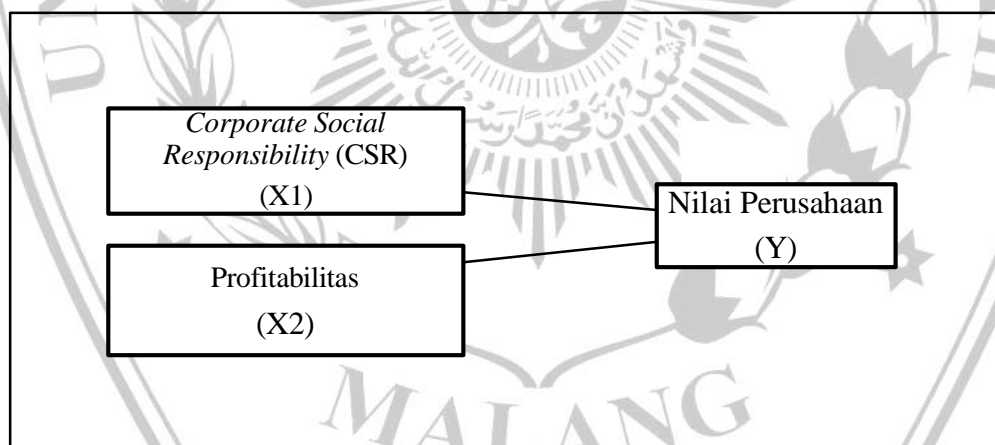
Penelitian oleh Anggraeni (2020), Suryaningsih, (2016), Risqi, Suyanto (2022) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Efisiensi manajemen dalam mengelola aset tercermin dalam tingginya ROA, yang berdampak langsung pada peningkatan nilai perusahaan di mata investor. sehingga meningkatkan minat investor dan nilai perusahaan. maka perumusan hipotesis yang diajukan ialah.

H2a: ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

ROE (*Return on Equity*) mengukur seberapa besar laba yang dihasilkan dari setiap rupiah modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan imbal hasil yang memadai kepada pemegang sahamnya. Semakin tinggi ROE, semakin besar tingkat pengembalian yang didapatkan investor, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan minat investor terhadap perusahaan. Dengan demikian, ROE yang lebih tinggi diharapkan akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh (Anggraeni, 2020), (Shintiya, 2023) menemukan bahwa ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi ROE, semakin besar kemampuan perusahaan untuk memberikan imbal hasil kepada pemegang saham, yang mendorong kenaikan nilai perusahaan (PBV) karena investor tertarik dengan kinerja ekuitas yang tinggi. maka perumusan hipotesis yang diajukan ialah.

H2b: ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual