

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Review Penelitian Terdahulu**

(Saputra, 2018) melihat bagaimana CSR dan profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan. Sampel bisnis manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2013 hingga 2015 digunakan dalam penelitian ini, yang menggunakan metodologi analisis regresi berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berdampak pada nilai perusahaan karena tingkat signifikansi variabel CSR adalah 0,012, yang kurang dari 0,05. Kami dapat menyimpulkan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan karena variabel profitabilitas memiliki nilai 0,000, yang kurang dari 0,05.

(Prasetiono, 2023) melihat studi empiris perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2017 hingga 2021 dan bagaimana CSR mempengaruhi nilai bisnis, dengan mengendalikan profitabilitas. Transparansi sosial memiliki efek menguntungkan pada nilai bisnis, menurut temuan penelitian ini. Nilai perusahaan menurun ketika faktor-faktor yang terkait dengan tata kelola dan lingkungan dipertimbangkan. Meskipun profitabilitas tidak mengurangi dampak kinerja sosial terhadap nilai perusahaan atau kinerja lingkungan, profitabilitas memperkuat efek menguntungkan dari tata kelola terhadap nilai perusahaan ketika bertindak sebagai moderator.

Rahmantari (2021) menganalisis bisnis farmasi yang terdaftar di pasar saham Indonesia untuk menentukan dampak tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan, dengan mengontrol ukuran perusahaan dan profitabilitas. Di antara temuan-temuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; (2) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; (3) profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan; (4) baik ukuran perusahaan maupun profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan; dan (5) tidak ada satu pun faktor yang dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

(Shintiya, 2023) menganalisis bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan purposive sample, penelitian dilakukan pada perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016 hingga 2021. Penelitian ini menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Namun, terdapat korelasi negatif antara variabel leverage dan nilai perusahaan.

(Rahmania, 2022) menginvestigasi, dengan dimoderasi oleh profitabilitas, dampak dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Penelitian melibatkan bisnis pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2016

dan 2020, dengan sampel yang dipilih menggunakan pendekatan purposive sampling. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa investor tidak memberikan nilai yang lebih tinggi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI berdasarkan kinerja lingkungan mereka. Secara bersamaan, CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam persepsi investor. Profitabilitas adalah penentu langsung nilai untuk bisnis pertambangan yang terdaftar di BEI, tetapi tidak memediasi hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan atau antara tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Teori Stakeholder**

Siapa pun yang memiliki kepentingan dalam perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat dianggap sebagai pemangku kepentingan. Ketika orang berinvestasi, bekerja sama, atau memiliki saham, maka kepentingan pun berkembang. Perusahaan, menurut teori pemangku kepentingan, memiliki tanggung jawab ganda kepada pemilik dan investornya untuk memaksimalkan keuntungan dan kepada masyarakat, lingkungan, dan pemerintah untuk memberikan manfaat. Dalam hal keberlangsungan hidup perusahaan, para pemangku kepentingan sangatlah penting. Hal ini dikarenakan para pemangku kepentingan memiliki kekuatan untuk mengelola sumber daya yang dibutuhkan organisasi. (Wulandari, 2020).

Perusahaan harus tetap berhubungan dengan para pemangku kepentingan dengan cara yang menguntungkan mereka, terutama para pemangku kepentingan (misalnya, pemilik, pelanggan, dan pekerja) yang memiliki

pengaruh terhadap aksesibilitas sumber daya yang digunakan oleh perusahaan. Penerbitan laporan keberlanjutan merupakan salah satu upaya untuk tetap berhubungan dengan para pemangku kepentingan. (Binus University, 2021).

Ketika sebuah perusahaan menerbitkan laporan keberlanjutan, perusahaan tersebut mempublikasikan sikap dan tindakannya di bidang keuangan, lingkungan, dan sosial kepada publik. Evaluasi pemangku kepentingan atas tindakan perusahaan, yang berdampak pada pilihan investasi mereka, dapat dilakukan secara langsung melalui publikasi laporan keberlanjutan. Kami percaya bahwa dengan menerbitkan laporan keberlanjutan ini, akan membantu para pemangku kepentingan dan perusahaan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. (Jati, 2021).

## **2. Teori Legitimasi**

Kekompakan sosial antara masyarakat dan institusi sosial adalah dasar dari teori legitimasi. Dasar pemikiran di balik mengapa laporan CSR perusahaan (Maulani, 2017). Organisasi dapat mencapai keselarasan sosial dengan mematuhi norma-norma dan nilai-nilai sosial yang telah ditetapkan oleh masyarakat tempat mereka berada, menurut teori legitimasi, yang juga berpusat pada hubungan perusahaan dengan masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh teori legitimasi, masyarakat akan bereaksi positif terhadap kehadiran perusahaan jika perusahaan berhasil mengendalikan dampak lingkungannya. (Universitas Kristen Satya Wacana, 2020).

Kesenjangan legitimasi muncul ketika cita-cita perusahaan berbeda dengan cita-cita masyarakat; perbedaan ini menjadi ancaman bagi perusahaan,

menurut teori legitimasi. (Deviyanti, 2022). Perusahaan dapat membantu mengisi kesenjangan legitimasi dengan bersikap transparan mengenai inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mereka dan dengan mengawasi tindakan-tindakan yang berada di bawah kendali mereka.

Teori legitimasi memberikan landasan teoritis untuk hubungan antara CSR dan kesuksesan finansial. Setiap kali tanggung jawab sosial suatu organisasi dipublikasikan dalam upaya untuk mendapatkan persetujuan dan niat baik dari masyarakat. Efek positif terhadap legitimasi perusahaan di masyarakat dan profitabilitas merupakan dua hasil yang dapat diharapkan sebagai hasil dari pengungkapan CSR. (Shofwan, 2023). Bisnis harus mematuhi semua hukum dan peraturan lokal, negara bagian, dan federal saat menjalankan aktivitasnya. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh reputasinya, yang diperkuat oleh legitimasinya. (Kusuma, 2022).

### **3. CSR**

*Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mengacu pada gagasan bahwa bisnis dapat secara sukarela memasukkan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam operasi sehari-hari dan hubungan dengan konstituen utama.* (Azry, 2022). Setiap organisasi, dan bisnis khususnya, perlu memikirkan dampak jangka panjang dan jangka pendek terhadap masyarakat dan lingkungan ketika membuat pilihan tentang bagaimana menjalankan operasi mereka. (Marnelly, 2012).

Pengungkapan sosial, atau pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, adalah tindakan menginformasikan pemangku kepentingan dan

masyarakat umum tentang dampak sosial dan lingkungan yang negatif dari operasi ekonomi perusahaan (Rizki, 2019). Salah satu definisi tanggung jawab sosial perusahaan adalah membuat informasi tentang dampak perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, baik moneter maupun lainnya, tersedia untuk umum melalui laporan seperti laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan yang didedikasikan (Pratama, 2021). Karakter kegiatan perusahaan adalah faktor lain yang menentukan pengaruh sosialnya. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial yang lebih besar diperlukan untuk kegiatan bisnis yang memiliki dampak sosial yang signifikan.

Menurut (Oktina *et al.*, 2020) Bagian integral dari setiap model bisnis yang sukses adalah CSR, atau tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak lagi menjadi pilihan yang layak bagi bisnis yang ingin memberi manfaat bagi pemangku kepentingan internal dan eksternal mereka. Namun, CSR kini menjadi suatu keharusan bagi perusahaan jika mereka ingin memastikan kelangsungan jangka panjang operasi mereka. UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) mengatur hal ini dan menetapkan bahwa semua bisnis, terutama yang memiliki tanggung jawab terbatas dan berurusan dengan sumber daya alam, memiliki kewajiban sosial kepada masyarakat. Konsep lain yang menggeser fokus operasi perusahaan dari hanya mencerminkan kesehatan keuangannya adalah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Namun demikian, dengan mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari bisnis (Anatan, 2010).

#### 4. Profitabilitas

Menganalisis profitabilitas perusahaan adalah inti dari profitabilitas. Rasio profitabilitas mengukur potensi bisnis untuk menghasilkan laba. (Harmain, 2022). Rasio profitabilitas menilai efektivitas manajemen secara keseluruhan berdasarkan rasio laba terhadap penjualan dan investasi. Rasio profitabilitas adalah indikator yang berguna untuk mengetahui kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal ini memudahkan proses pengambilan keputusan bagi investor sebelum berinvestasi. (Adzim, 2019).

Kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba adalah indikator utama keberhasilan atau kegagalannya di masa depan, dan dengan demikian kemampuannya untuk bertahan dalam bisnis dalam jangka panjang. Kapasitas bisnis untuk menghasilkan laba adalah ukuran keberhasilannya. Penurunan biaya dan peningkatan pendapatan merupakan hasil yang mungkin dicapai oleh manajemen yang kompeten. Harus ada kekhawatiran serius tentang kelangsungan hidup perusahaan jika tidak dapat menghasilkan laba. (Sedana, 2015).

Salah satu cara untuk mengevaluasi profitabilitas bisnis adalah dengan melihat Return On Asset (ROA). Kinerja operasional perusahaan ditunjukkan dengan nilai ROA yang tinggi (Ardianto, 2023). Efisiensi penggunaan modal kerja oleh bisnis untuk mencapai tujuannya hanya dapat diukur dari profitabilitasnya. Di antara metrik yang paling penting untuk mengukur potensi bisnis untuk memenuhi target laba dalam jangka waktu tertentu adalah rasio

profitabilitas. Efektivitas tugas operasional manajemen juga dapat dilihat dari rasio ini. Karena rasio profitabilitas menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat menghasilkan uang, rasio yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan melakukan lebih baik. (Sukmawati *et al.*, 2022).

## **5. Nilai Perusahaan**

Harga saham pasar perusahaan adalah salah satu indikator nilai perusahaan, yang merupakan persepsi publik terhadap kinerja perusahaan. Sesuai dengan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, nilai perusahaan didefinisikan sebagai kepercayaan publik terhadap prospek perusahaan di masa depan. Karena organisasi ini telah membuat kemajuan di sejumlah bidang dalam beberapa tahun terakhir, publik memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadapnya, dan ini merupakan sebuah keberhasilan. (Utami, 2022).

Penawaran dan permintaan pasar saham untuk saham perusahaan menentukan nilai perusahaan, yang pada gilirannya memberikan gambaran kepada investor tentang seberapa baik kinerja bisnis tersebut. Semakin besar nilai perusahaan, semakin besar minat investor untuk membeli sahamnya, dan sebaliknya; nilai yang lebih tinggi berarti lebih banyak keuntungan bagi pemegang saham. (Maharani, 2023).

Salah satu definisi nilai perusahaan adalah bagaimana investor memandang nilai perusahaan. Investor dapat mengukur kesuksesan perusahaan di masa depan berdasarkan nilainya. Keberhasilan perusahaan dan pemegang sahamnya tercermin dalam nilai perusahaan. Manajemen harus mengikuti

praktik tata kelola perusahaan yang sangat baik, seperti menyediakan informasi terkait kinerja untuk publik, jika perusahaan ingin menghasilkan nilai yang baik. (Giovanni, 2021). Nilai perusahaan ditentukan oleh investor dari seberapa baik kinerjanya. Kenaikan harga saham dapat memberikan kesan bahwa nilai perusahaan meningkat. Rasio Tobin's Q adalah alat yang berguna untuk memperkirakan nilai perusahaan. Rasio ini menunjukkan bagaimana pasar memandang prospek masa depan dan efisiensi penggunaan aset perusahaan dengan membandingkan nilai pasar perusahaan dengan nilai penggantian asetnya. (Jamaludin, 2024). Ketika mencoba menentukan apakah sebuah perusahaan dihargai terlalu tinggi atau terlalu rendah, Tobin's Q adalah indikasi yang berguna untuk dilihat. Dengan nilai minimum antara 0 dan 1 dan nilai maksimum lebih besar dari 1, Tobin's Q dihitung. Terdapat hubungan positif antara nilai perusahaan dan nilai asetnya, seperti yang ditunjukkan oleh Tobin's Q yang lebih besar dari 1.

### **C. Perumusan Hipotesis**

Rumusan masalah penelitian dinyatakan sebagai sebuah pertanyaan, dan hipotesis berfungsi sebagai solusi untuk masalah tersebut. Karena solusi ini murni teoritis, maka harus dianggap sementara. Sebuah teori yang memberikan solusi sementara untuk situasi yang dihadapi menjadi dasar hipotesis. (Safina, 2021). Membuat persentase yang sesuai dengan probabilitas dan tingkat kebenaran hipotesis adalah yang dimaksud dengan merumuskan hipotesis. Tujuan dari pengujian penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  berpengaruh terhadap variabel dependen  $Y$ . (Chandra,

2023). Kami telah mengembangkan kerangka kerja konseptual untuk menunjukkan hal ini. Tujuan dari kerangka kerja konseptual penelitian ini adalah untuk memberikan pendekatan yang lebih terorganisir dan terarah pada penelitian. Menguraikan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan sangat penting untuk mendukung dan memahami pemikiran peneliti. Berikut ini adalah pertanyaan-pertanyaan tersebut:

### **1. Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan**

Sebagai bagian dari komitmennya terhadap manufaktur yang berkelanjutan, perusahaan mengutamakan perlindungan lingkungan. Perusahaan memiliki tanggung jawab ganda untuk memaksimalkan pendapatan sekaligus menangani dan melestarikan lingkungan yang terkena dampak operasi mereka. Tata kelola perusahaan yang baik mencakup CSR, atau tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut (Oktina *et al.*, 2020) Bagi perusahaan, CSR sangatlah penting. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak lagi menjadi pilihan yang layak bagi bisnis yang ingin memberi manfaat bagi pemangku kepentingan internal dan eksternal mereka. Namun, CSR kini menjadi sebuah keharusan bagi bisnis untuk memastikan kelangsungan jangka panjang operasi mereka.

Perusahaan memiliki kewajiban terhadap para pemangku kepentingan selain kewajiban terhadap masyarakat dan lingkungan. Pengungkapan informasi yang berkaitan dengan masalah keuangan dan non-keuangan perusahaan, termasuk data CSR, merupakan bentuk pertanggungjawaban tersebut. Penyajian informasi perusahaan diharapkan dapat meningkatkan reputasi organisasi. CSR

merupakan cara bagi perusahaan untuk menunjukkan kepada para pemangku kepentingannya, terutama investor, bahwa perusahaan peduli terhadap mereka. Baik kelompok-kelompok kepentingan eksternal maupun investor akan merasa lebih yakin sebagai hasilnya. (Oktina *et al.*, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Shintiya, 2023) Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR meningkatkan nilai perusahaan, menurut Setyaningtyas (2023). Sedangkan menurut (Oktaviami, 2016) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**H1:** CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

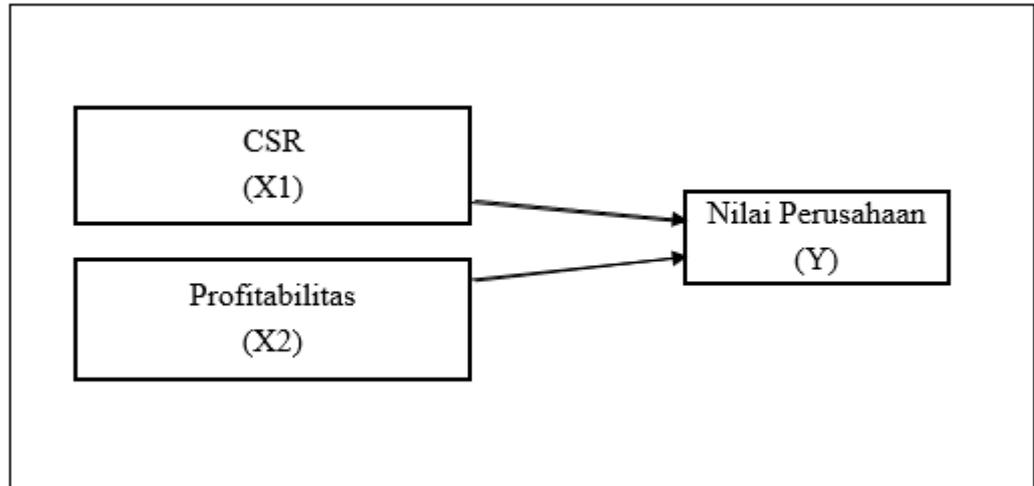
## **2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Saat mengevaluasi bisnis, investor sering kali melihat profitabilitasnya. (Chandra, 2023). Berdasarkan jumlah laba yang dihasilkan perusahaan, dapat dikatakan bahwa kinerjanya sangat baik. Nilai perusahaan sebanding dengan profitabilitasnya; jadi, tingkat profitabilitas yang lebih besar dikaitkan dengan nilai yang lebih tinggi. Rasio profitabilitas adalah ukuran kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba setelah dikurangi semua biaya, termasuk yang terkait dengan penjualan, aset, dan modal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Chandra, 2023) Memaksimalkan keuntungan akan sangat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Saputra (Saputra, 2018) Nilai bisnis dipengaruhi oleh profitabilitas. Sedangkan menurut (Shintiya, 2023) Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh profitabilitas.

**H2:** Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kerangka teori ini didasarkan pada hipotesis penelitian berikut ini:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

