

BAB I

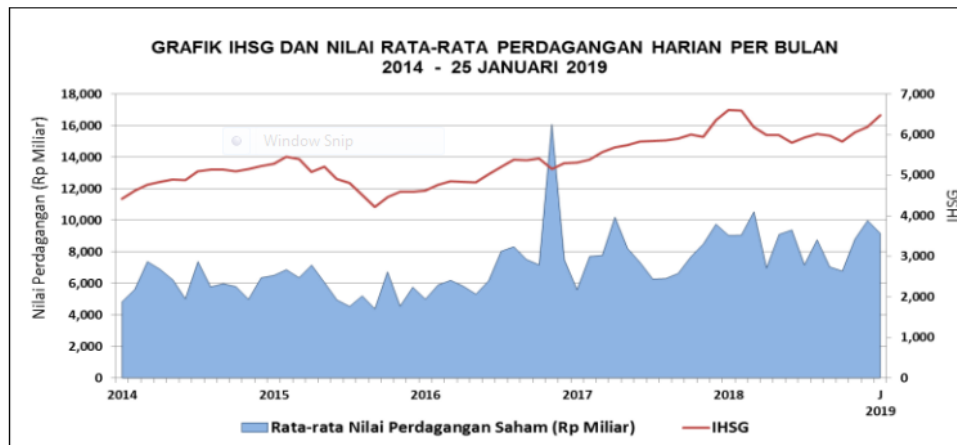
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Berdirinya suatu perusahaan bisa disebut berhasil apabila, pencapaian keuntungannya maksimal agar mampu meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dalam suatu perusahaan tersebut. Adapun didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, yaitu tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Sehingga perusahaan saling berlomba dalam meningkatkan keuntungan atau laba.

Menurut Ika dan Shidiq (2013) nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan dari suatu perusahaan. Nilai suatu perusahaan erat kaitannya dengan harga saham yang dihasilkan oleh suatu perusahaan tersebut, menurut catatan sejarah Indonesia Nilai perusahaan yang diteliti berdasarkan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Indonesia Pernah Anjlok dalam beberapa tahun ke belakang, yang terjadi pada beberapa waktu berikut :

Taggal 25 Maret 2019. IHSG ditutup anjlok 114,02 poin atau 1,75% ke 6.411,25. Dari 533 saham, sebanyak 109 saham menguat, 315 terkoreksi, dan 109 stagnan. Frekuensi perdagangan tercatat 480.110 kali dengan volume perdagangan 13,42 miliar saham dengan nilai transaksi harian mencapai Rp8,08 triliun. Sembilan sektor penggerak IHSG seluruhnya turun. Sektor konsumen memimpin pelemahan indeks setelah turun hampir 3%, diikuti sektor aneka industri 2,46% dan properti 1,75%. Investor asing mencatatkan net sell atau penjualan bersih Rp 191,61 miliar di seluruh pasar. Tanggal 11 November 2016. IHSG amblas hingga 218.33 poin atau 4,01% ke level 5.231,97 setelah dana asing kabur sebesar lebih dari Rp2 triliun. Sementara itu, indeks LQ45 ditutup merosot 47.90 poin atau 5,17% ke level 878.31. Indeks anjlok seiring aksi jual saham yang dilakukan investor di berbagai sektor saham. Kondisi tersebut membuat mayoritas sektoral saham di lantai bursa kompak melemah. Penguatan hanya terjadi pada sektor tambang dan agrikultur masing-masing menguat 0,97% dan 0,88%. Sementara sektor aneka industri memimpin pelemahan indeks sore ini sebesar 6,57% disusul sektor manufaktur sebesar 5,32% (www.cnbcindonesia.com). Beberapa sejarah tersebut mencacatan tentang penurunan indeks saham gabungan yang berdampak pada nilai suatu perusahaan.



Gambar 1.1 Nilai Indeks Harga Saham Gabungan (Sumber : <https://ojk.go.id/>)

Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses dalam suatu kegiatan yang telah dilaksanakan selama beberapa tahun, yaitu sejak awal mula perusahaan didirikan sampai dengan saat ini. Selain itu meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, diharapkan kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Saat nilai saham meningkat maka kesejahteraan perusahaan serta pemegang saham akan menjadi makmur, pengertian saham adalah kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang telah dijelaskan kepada setiap pemegangnya (Fahmi, 2012:81).

Selain itu, saham merupakan salah satu instrument pasar modal yang paling banyak diminati oleh investor, karena mampu memberikan tingkat pengembalian yang menarik. Informasi saham suatu perusahaan dapat diperoleh dalam laporan keuangan perusahaan, laporan keuangan perusahaan mempunyai peran yang

sangat penting bagi investor secara individual maupun pasar secara keseluruhan. Bagi investor, informasi berperan penting dalam mengambil keputusan investasi. Investor tidak hanya memasukkan laba sebagai bahan pertimbangan, tetapi mulai melihat pengungkapan tanggung jawab social dan lingkungan perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditangkap sebagai sinyal positif atau informasi *good news* oleh investor karena memberikan prospek yang baik dimasa depan. Hal ini membuat investor tertarik untuk melakukan investasi, yang nantinya kegiatan ini akan menyebabkan terjadi aktivitas perdagangan saham. Saat para investor banyak yang berinvestasi di suatu perusahaan maka kesejahteraan perusahaan akan terjamin, oleh karena itu *simbiosis mutualisme* sangat disarankan dalam hal ini. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ada untuk menumbuhkan kesadaran social perusahaan yang semakin tinggi membuat kesadaran akan penerapan tanggung jawab sosial menjadi sangat penting seiring dengan tingginya kepedulian masyarakat terhadap produk/barang yang ramah lingkungan. Dalam penerapan tanggung jawab sosial, perusahaan tidak hanya berpedoman pada *single bottom line* (aspek finansial) tetapi *triple bottom lines* (aspek finansial, lingkungan, dan sosial) (Zarlia dan Salim, 2014). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikenal sejak awal 1995, yang bertujuan untuk mengubah paradigma dalam memandang dunia bisnis dari dunia bisnis yang dianggap hanya mementingkan keuntungan semata , menjadi dunia bisnis yang bertanggung jawab dan penuh komitmen terhadap kesejahteraan dunia (Bambang dan Melia, 2013:11). Di era global, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berubah dari yang bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi wajib (*mandatory*).

Hal tersebut didasari oleh beberapa peraturan negara, ialah salah satunya undang-undang nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal (UUPM) pasal 15(b) yang menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Penerapan tanggung jawab sosial diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunan (*annual report*) yang dalam perhitungannya nanti akan memfokuskan pada laba bersih setelah pajak per saham. Adapun kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang dilengkapi dengan peraturan pemerintah no 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas. Undang-undang tersebut menjadi acuan perusahaan untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka perusahaan akan membantu pemerintah ikut berperan dalam pembangunan ekonomi, pengentasan kemiskinan, dan semacamnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga memberikan keuntungan bagi perusahaan sendiri. Dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan akan lebih dekat dengan masyarakat sekitar sekaligus mendapatkan dukungan operasional. Di Indonesia, sudah banyak perusahaan yang menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk menjangkau dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Terbukti dengan banyaknya perusahaan yang sukses dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Bahkan sejumlah perusahaan mendapatkan penghargaan dalam bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena telah menjalankan program sesuai standar yang ditetapkan oleh

pemerintah. Dari data yang ada tercatat perusahaan-perusahaan yang berhasil meraih penghargaan dalam ajang kompetisi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ternyata Perusahaan Swasta masih cukup mendominasi dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia (<https://www.sucofindo.co.id/>).

Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan standar *Global Reporting Initiative (GRI) G4*. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada perusahaan manufaktur. Selain *Corporate Social Responsibility* (CSR) ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan salah satunya adalah tingkat profitabilitas. Kinerja keuangan (profitabilitas) adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu yang pertumbuhannya menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan. Rasio yang digunakan dalam menilai profitabilitas adalah Return on Asset (ROA) karena dapat menunjukkan efektivitas kinerja perusahaan dalam penggunaan aset untuk menghasilkan keuntungan pada suatu periode semakin tinggi ROA, semakin baik. Hal ini berarti perusahaan berhasil mengelola asetnya dengan baik dan informasi tersebut diungkapkan dalam laporan keuangan dan laporan tahunan yang digunakan oleh investor sebagai pertimbangan sebelum menanamkan dananya di perusahaan (Hexana dan Nabil, 2018:2).. Laba merupakan item laporan keuangan mendasar dan penting yang memiliki berbagai kegunaan dalam berbagai konteks. Laba bersih emiten atau profitabilitas perusahaan tercatat di bursa pada 2019

mengalami penurunan Rp8 triliun atau 2 persen dari tahun 2018. Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat perolehan laba tahun 2019 hanya mencapai Rp403 triliun. Jumlah emiten yang membukukan laba bersih per 31 Desember 2019 itu setara 501 perusahaan atau sekitar 80 persen emiten.

“Penurunan laba bersih agregat disebabkan oleh performance dari Basic Industry & Chemical Sector (Industri Dasar dan Kimia) & Mining Sector (Pertambangan) dengan penurunan laba bersih senilai Rp17 triliun dan Rp12 triliun,” ucap Direktur Penilaian Perusahaan BEI I Gede Nyoman Yetna dalam keterangan tertulis, (<https://tirto.id/>).



Gambar 1.2 Return On Assets (ROA)

(Sumber : www.idx.co.id yang diolah)

Peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas modal yang diinvestasikan para pemegang saham akan memberikan pengaruh positif terhadap harga saham sampai pada batasan dimana laba bersih dapat memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada investor. Harga saham yang semakin tinggi diharapkan akan menarik perhatian investor, investor akan berfikir bahwa perusahaan tersebut baik, maka tidak menutup kemungkinan investor

tersebut akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Hal ini diharapkan menunjukkan bahwa laba bersih berpengaruh terhadap harga saham. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hexana dan Nabil (2018), menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, adapun penelitian yang di lakukan Nurfina Pristianingrum (2017) menunjukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta penelitian yang di lakukan oleh Choirul Amin dan Hexana Sri Lastanti (2020) yang mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Pelaksanakan dan pengungkapan CSR akan diapresiasi positif oleh stakeholder yang ditunjukkan dengan peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham dan laba perusahaan. Dan semakin tinggi tingkat profit suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diduga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan dianggap akan menggunakan dananya untuk melakukan pengungkapan lebih luas lagi, dan akan membuat para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan yang ramah lingkungan. Dari uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yaitu “**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN TINGKAT PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Menurut catatan sejarah Indonesia Nilai perusahaan yang di teliti berdasarkan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Indonesia Pernah Anjlok dalam beberapa tahun ke belakang.
2. Belum meratanya penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang di lakukan Indonesia, kebanyakan perusahaan Swasta masih cukup mendominasi dalam penerapan CSR di Indonesia.
3. Laba bersih emiten atau Profitabilitas perusahaan tercatat di bursa pada 2019 mengalami penurunan Rp8 triliun atau 2 persen dari tahun 2018.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi tentang masalah yang diteliti, kemudian dituangkan dalam bentuk skripsi/tugas akhir yang diajukan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengkaji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengkaji pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengkaji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini di harapkan mampu menambah wawasan serta ilmu pengetahuan bagi peneliti sendiri khususnya wawasan dalam ruang lingkup *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan profitabilitas yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Serta untuk memenuhi salah satu syarat dalam

mencapai gelar sarjana yang bertempat di Universitas Sangga Buana Yayasan Pendidikan Keuangan dan Perbankan Bandung.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan mampu menambah pengetahuan berkegunaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dapat juga memberikan ide pemikiran tentang pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan tingkat profitabilitas yang terjadi didalam perusahaan guna untuk mempertimbangkan pembuatan kebijakan perusahaan untuk kinerja perusahaan dan nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rencana yang baik untuk perusahaan dalam pertimbangan aspek lingkungan dan sosial perusahaan.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1 Landasan Teori

Teori stakeholder pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 dan menyatakan bahwa teori stakeholder adalah teori mengenai organisasional manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi (<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/>). Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholders Theory*) menurut Solihin (2009) pemangku kepentingan diklasifikasikan dalam dua kategori, yaitu *inside stakeholders* dan *outside stakeholders*. Kedua jenis pemangku kepentingan ini sama-sama memiliki kepentingan terhadap sumber daya perusahaan. Dengan pengendalian kedua jenis

stakeholders terhadap perusahaan, maka perusahaan selalu berupaya untuk memberikan hasil timbal balik yang mampu mewujudkan keinginannya, yaitu kesejahteraan sebaik-baiknya. Untuk mewujudkannya, perusahaan melakukan dua jenis adopsi strategi, yaitu strategi aktif dan pasif. Strategi aktif adalah keadaan di mana perusahaan selalu berusaha menghubungkan organisasinya dengan *stakeholder* terkait. Strategi pasif adalah keadaan di mana perusahaan cenderung tidak terus menerus memonitori aktivitas *stakeholder* dan tidak berusaha menarik perhatian *stakeholder*.

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Bustanul, dkk (2012). Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*) Dalam upaya memperoleh legitimasi, perusahaan melaksanakan aktivitas sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pengungkapan di laporan tahunan perusahaan secara publikatif (Hexana dan Nabil, 2018 :2) hal tersebut dilakukan untuk meyakini seluruh *stakeholder* bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma yang berlaku dan bisa diterima sebagai bentuk keberadaan perusahaan itu sendiri.

Teori sinyal dicetuskan pertama kali oleh Michael Spence (1973) dalam penelitiannya yang berjudul JobMarket Signalling. Teori Signaling (*Signaling Theory*) Perusahaan memiliki kewajiban untuk mengungkapkan laporan sebagai informasi bagi *stakeholder*. Laporan tersebut terdiri atas laporan keuangan dan laporan tahunan. Perusahaan akan mencoba menyajikan informasi yang lebih lengkap, misalnya dengan menambahkan informasi aktivitas *Corporate Social*

Responsibility (CSR). Perusahaan dapat menggunakan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai nilai keunggulan kompetitif dibanding perusahaan yang tidak (Hexana dan Nabil, 2018 :2). *Corporate Social Responsibility* (CSR) Adalah wujud nyata dari tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* . *Corporate Social Responsibility* (CSR) ada untuk mengubah paradigma dunia bisnis yang awalnya tergambar pada kecenderungan hanya mencari keuntungan untuk perusahaan itu sendiri menjadi suatu perusahaan yang menguntungkan tidak hanya untuk dirinya melainkan juga *stakeholder* . Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dapat dipungkiri merupakan sebuah konsep yang sangat populer bagi dunia bisnis seperti sekarang ini. Dasar penerapan atas *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan juga telah dituangkan dalam berbagai forum dan peraturan / regulasi yang mengikat.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam buku *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bayu & Melia, 2013:106 mendefinisikan :

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bekerja dengan karyawan perusahaan ,keluarga karyawan , berikut komunitas – komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan”.

UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, mendefinisikan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Dari berbagai pemaparan deskripsi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban yang harus dipenuhi sebagai bentuk komitmen dunia usaha untuk menjalankan aktivitas bisnis berdasarkan nilai etika yang memiliki tujuan memberikan perhatian dan kontribusi secara seimbang baik kepada pihak internal perusahaan maupun kepada pemangku kepentingan lain yang lebih luas agar terwujud proses pembangunan yang berkelanjutan dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan. Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada perusahaan manufaktur. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan manufaktur memiliki saham yang tahan terhadap krisis ekonomi. Hal ini dikarenakan sebagian besar produk manufaktur tetap dibutuhkan, sehingga sangat kecil kemungkinan untuk rugi. Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan didalam laporan yang disebut Sustainability Reporting. Sustainability Reporting adalah pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terbagi menjadi 3 kategori yaitu kebijakan ekonomi, sosial dan lingkungan. Standar pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

(CSR) yang berkembang di Indonesia adalah merujuk pada standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI). GRI adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah melopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan sustainability reporting. Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI Peneliti menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu: ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI 4 yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Sosial
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Masyarakat
6. Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk

Selain *Corporate Social Responsibility* (CSR) ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan salah satunya adalah tingkat profitabilitas Menurut Hexana & Nabil (2018:2) Kinerja keuangan (profitabilitas) adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu yang pertumbuhannya menjadi indikator

penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan. Menurut Susan Irawati (2016:24), rasio yang di gunakan untuk mengkuur prifitabilitas perusahaan , terdiri dari :

1. *Return On Assets (ROA)*
2. *Return On Equity (ROE)*
3. *Return On Investment (ROI)*
4. *Gross Profit Margin*
5. *Operating Profit Margin*
6. *Operating Ratio*
7. *Net Profit Margin*

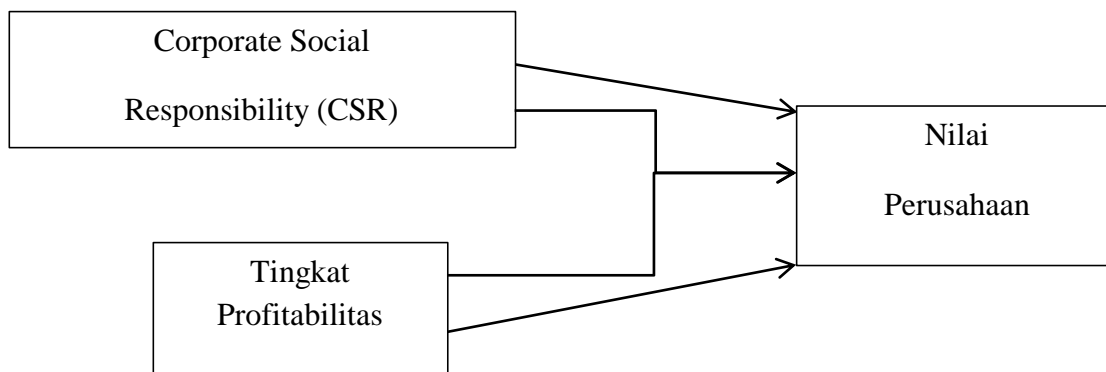
Rasio yang penulis gunakan untuk menilai profitabilitas adalah *Return on Asset (ROA)*. Alasan penulis memilih *Return on Asset (ROA)* karena dapat menunjukkan efektivitas kinerja perusahaan dalam penggunaan aset untuk menghasilkan keuntungan pada suatu periode. Semakin tinggi ROA, semakin baik. Artinya, perusahaan berhasil mengelola asetnya dengan baik dan informasi tersebut diungkapkan dalam laporan keuangan dan laporan tahunan yang digunakan oleh investor sebagai pertimbangan sebelum menanamkan dananya di perusahaan dijelaskan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan . ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba atau keuntungan yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Tujuan utama perusahaan selain memaksimalkan profit guna kesejahteraan pemegang saham juga

memaksimalkan nilai perusahaan. Hal tersebut digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau para pemegang saham. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar saham (Brigham & Houston, 2010).

Menurut Weston dan Copelan (2008:244) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari :

1. *Price Earning Ratio* (PER)
2. *Price to Book Value* (PBV)
3. *Tobin's Q*

Dalam penelitian kali ini penelitian memutuskan untuk menggunakan pengukuran rasio *Tobin's Q* dikarenakan saat Nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *Tobin's Q* yang memberikan informasi paling baik karena memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan (Putri & Suprasto, 2016). Dengan ini, nilai perusahaan akan lebih konservatif. Jika *Tobin's Q* di atas satu, maka investasi perusahaan dipandang baik karena artinya prospek perusahaan semakin baik. Perusahaan akan memberikan jaminan yang besar karena memiliki MV aset lebih besar dibanding BV, sehingga investor mau melakukan pengorbanan lebih. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka konseptual penelitian sebagai berikut :



Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran

1.6.2 Studi Empiris

Tabel 1.1 Studi Empiris

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hexana Sri Lastanti dan Nabil Salim (2018)	Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility , Good Corporate Governance, dan kinerja keuangan terhadap Nilai Perusahaan.	Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan . Menurut (Zarlia & Salim, 2014) corporate social responsibility disclosure index pada sebagian perusahaan mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan adanya praktik bisnis CSR yang tidak

			<p>dikembangkan secara berkesinambungan dan etis dalam lingkup ekonomi, sosial dan lingkungan setiap tahunnya. Dalam hal ini, masa depan investasi perusahaan tidak baik karena informasi program CSR merupakan media pertanggungjawaban kepada investor. Menurut (Hermawan & Maf'ulah, 2014) adanya faktor lain yang dapat menilai kinerja keuangan selain rasio ROA, yaitu rasio ROE dan EPS. Selain aspek profitabilitas juga bisa digunakan aspek likuiditas dan solvabilitas (leverage).</p>
2	Choirul Amin dan Hexana Sri Lastanti (2020)	<p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas dan</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap</p>

		<p><i>Value Creation</i> dengan <i>Good Corporate Governance</i> sebagai Variabel Mediasi.</p>	<p>value creation. <i>Good Corporate Governance</i> tidak dapat memediasi pengaruh antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan profitabilitas perusahaan. <i>Good Corporate Governance</i> dapat memediasi pengaruh antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan penciptaan nilai perusahaan (<i>value creation</i>).</p>
3	Nurfini Pristianingrum (2017)	<p>Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</p>	<p>Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>

1.6.3 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat – kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data Menurut Sugiyono, 2017:64.

Adapun rumusan hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah :

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.6.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini adalah pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 – 2019.