

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Pada sub bab ini akan dijelaskan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menjadi dasar acuan untuk melakukan penelitian ini.

1. Siti Sapia Latupono (2015) dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating”. Penelitian ini menggunakan periode penelitian tahun 2009 – 2011 pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap pengujian (1) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, (2) pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, (3) pengaruh *Corporate Social Responsibility* yang dimoderasi oleh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisa regresi berganda pada penelitian ini. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif, (2) *Good Corporate Governance* dengan proksi kepemilikan manajerial mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.
2. Hesty Mey Lestari (2015) dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi”. Penelitian ini menggunakan periode penelitian tahun 2011 – 2014 pada perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas memoderasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisa regresi berganda pada penelitian ini. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, (2) profitabilitas mempengaruhi hubungan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.
3. Wahyu Ardimas dan Wardoyo (2014) dengan judul “Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian menggunakan periode penelitian tahun 2008 – 2010 pada

perusahaan perbankan *go public* di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisa regresi berganda pada penelitian ini. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) ROA dan ROE memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) OPM, NPM dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Aisyatul Munawaroh (2014) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating”. Penelitian menggunakan periode penelitian tahun 2009 – 2012 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisa regresi linier berganda pada penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Return On Aseets* (ROA) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel *Corporate Social Responsibility* tidak mampu mempengaruhi hubungan antara *Return On Aseets* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *Corporate Social Responsibility* mampu mempengaruhi hubungan antara *Return On Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan.
5. Manangar Julianto Panjaitan (2015) dengan judul “Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai variabel Intervening dan Moderating”. Penelitian menggunakan periode penelitian tahun 2011 – 2013 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas dan menemukan bukti empiris mengenai tingkat profitabilitas yang dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kausal komparatif pada penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas; (2) variabel profitabilitas yang diukur oleh ROA (*Return On Asset*) menunjukkan tidak dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

6. Oktaviani Nur Fadila (2015) dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dan Likuiditas”. Penelitian menggunakan periode penelitian tahun 2010 – 2014 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda pada penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Current Ratio* (CR).
7. Yustisia Puspaningrum (2014) dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating”. Penelitian menggunakan periode penelitian tahun 2011 – 2012 pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan (1) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, (2) Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, (3) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating, (4) Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating, (5) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating, (6) Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kausal – komparatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, (3) Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, (4) Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, (5) Ukuran perusahaan sebagai variabel moderating memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, (6) Ukuran perusahaan sebagai variabel moderating memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Akuntansi Manajemen

Akuntansi adalah suatu proses pengidentifikasi, pengukuran, pencatatan dan korespondensi bursa keuangan dari suatu unsur atau organisasi yang dijadikan sebagai sistem informasi dalam rangka mengambil keputusan ekonomi oleh pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan American Accounting Association, 1966 (Warren dkk, 2005:10). Ada banyak definisi tentang akuntansi, Definisi akuntansi sebagai sebuah seni, ilmu (*science*), maupun rekayasa (*technology*), namun tentu saja definisi akuntansi dapat dilihat dari perspektif lain. Salah satunya adalah dengan memahami atau setidaknya mengenal akuntansi sektor publik, maka akuntansi sebaiknya dilihat sebagai sebuah proses. Kesimpulannya akuntansi merupakan sistem informasi yang memberikan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai kegiatan ekonomi dan kondisi perusahaan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan transaksi keuangan dan penginterpretasian hasil proses tersebut.

Akuntansi manajemen juga bisa disebut dengan akuntansi manajerial adalah salah satu dari sekian banyak bidang akuntansi yang memiliki fungsi untuk menyajikan laporan-laporan yang ditujukan untuk pihak internal perusahaan terutama untuk pihak manajemen untuk melaksanakan tugas / proses manajemen seperti perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian. Dalam akuntansi manajemen memang difokuskan untuk memberikan data informasi keuangan / *financial report* guna keperluan interen perusahaan. Informasi yang disajikan oleh akuntansi manajemen sangat diperlukan guna mengambil kebijakan / strategi apa yang harus di ambil untuk tahun berikutnya. Karena, dengan data dan informasi akurat maka pihak manajemen akan bisa memberikan arahan yang tepat pula.

2.2.1.1. Fungsi Akuntansi Manajemen

Fungsi-fungsi manajemen yang dimaksud adalah terutama mengenai :

1. Perencanaan adalah formulasi terinci dari kegiatan untuk mencapai suatu tujuan akhir tertentu. Oleh sebab itu, perencanaan mensyaratkan penetapan tujuan dan identifikasi metode untuk mencapai tujuan tersebut.
2. Pengorganisasian dimana manajer memutuskan bagaimana cara terbaik mengkombinasikan sumber daya manusia dengan sumber daya ekonomi

lainnya yang menjadi milik perusahaan agar dapat menjalankan rencana yang di tetapkan.

3. Pengendalian adalah kegiatan memonitor pelaksanaan rencana dan tindakan korektif sesuai kebutuhan untuk memastikan rencana tersebut berjalan sebagaimana seharusnya. Pengendalian biasanya dicapai dengan menggunakan suatu umpan balik (*feedback*). Umpan balik adalah informasi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi atau memperbaiki langkah-langkah yang dilakukan dalam mengimplementasikan suatu rencana. Berdasarkan umpan balik, manajer atau pekerja dapat memutuskan untuk membiarkan pelaksanaan tersebut berlangsung, mengambil beberapa jenis tindakan korektif agar langkah yang diambil sesuai dengan rencana awalnya, atau melakukan perencanaan ulang di tengah proses pelaksanaan. Informasi umpan balik disediakan oleh informasi akuntansi manajemen.
4. Pengambilan Keputusan adalah proses pemilihan di antara berbagai alternatif. Fungsi manajerial pengambilan keputusan ini merupakan jalinan antara perencanaan dan pengendalian. Manajer tidak dapat membuat rencana tanpa pengambilan keputusan. Manajer harus memilih satu di antara beberapa tujuan dan metode untuk melaksanakan tujuan yang dipilih. Keputusan dapat ditingkatkan kualitasnya jika informasi alternatif alternatif dikumpulkan dan disajikan kepada para manajer. Salah satu peran utama sistem informasi akuntansi manajemen adalah menyediakan informasi yang memudahkan proses pengambilan keputusan.

2.2.2. Agency Theory

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan mengenai hubungan antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajemen). *Agency theory* merupakan teori yang mengatur hubungan pemegang saham digambarkan sebagai hubungan antara *agent* dengan *principal*, dimana manajer sebagai *agent* dan *shareholder* sebagai *principal*. *Agent* diberikan mandat oleh *shareholder* (*principal*) untuk menjalankan bisnis demi kepentingan *principal* dan *agent* itu sendiri. Teori keagenan (*agency theory*) merupakan hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Sri Luayyi, 2012).

Proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency problem*. Tidak jarang pihak manajemen yaitu manajer perusahaan

mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*, hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Wien Ika Permanasari, 2010).

2.2.3. Legitimacy Theory

Legitimacy theory mengungkapkan bahwa perusahaan secara kontinyu berusaha untuk bertindak sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat, atas usahanya tersebut perusahaan berusaha agar aktivitasnya diterima menurut persepsi pihak eksternal. Legitimasi didapatkan jika apa yang dijalankan oleh perusahaan telah selaras dengan apa yang juga diinginkan oleh masyarakat.

Kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika tidak adanya keselarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem nilai masyarakat dan menyebabkan perusahaan tidak memperoleh legitimasi. Jadi pengungkapan CSR merupakan hal penting untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

2.2.4. Stakeholder Theory

Stakeholders terdiri dari orang atau sekelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan dalam pelaksanaan aktivitas operasi. Pendekatan *stakeholder* akan membuat organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan dari berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi (Danu, 2011).

Menurut Ghozali dan Chariri (2007:409) dalam buku teori akuntansi, teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang

menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut.

Stakeholder dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. Yang termasuk *stakeholder* primer adalah *shareholder*, pemilik, investor, karyawan maupun konsumen. Sedangkan yang termasuk *stakeholder* sekunder adalah pemerintah, masyarakat umum dan lingkungan. Pengungkapan CSR ini penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Rustiarini, 2010). *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Perusahaan hendaknya memperhatikan kepentingan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*.

2.2.5. Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.5.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan. Definisi umum menurut World Business Council for Sustainable Development, *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan secara meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Menurut ISO 26000, *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang diterapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Dengan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan masyarakat, investasi sosial perusahaan, dan citra perusahaan di mata publik menjadi baik, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan akses kapital. Dalam aktifitasnya setiap perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Akibat dari interaksi itu menuntut adanya timbal balik antara perusahaan dan lingkungan sosialnya yang berimplikasi pada timbulnya dampak-dampak sosial atas kegiatan operasi perusahaan pada lingkungannya. Sepanjang perusahaan menggunakan sumber daya manusia dan komunitas yang ada, maka perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan profit dan mengembalikan sebagian profit tersebut bagi masyarakat.

2.2.5.2 Komponen utama Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Wibisono (2007, 134) dalam bukunya membedah konsep dan aplikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), terdiri dari beberapa komponen utama yaitu :

- a. **Perlindungan Lingkungan**
Organisasi lingkungan memiliki peranan sebagai wadah kontrol sosial yang fokus terhadap pembangunan berkelanjutan yang memperhatikan aspek-aspek lingkungan hidup. Program perlindungan ini bertujuan agar perusahaan dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan berwawasan lingkungan.
- b. **Perlindungan dan Jaminan Karyawan**
Karyawan merupakan faktor penting bagi perusahaan. Apabila perusahaan bersinergi dengan serikat pekerja, maka dapat dipastikan bahwa kinerja karyawan akan positif.
- c. **Interaksi dan Keterlibatan Perusahaan dengan Masyarakat**
Masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dapat mempengaruhi arah dan kebijakan sebuah perusahaan. Peran masyarakat menjadi penting karena masyarakat merupakan salah satu bagian dari kelompok *stakeholder* perusahaan.
- d. **Kepemimpinan dan Pemegang Saham**
Pemegang saham merupakan pihak yang sangat berkuasa dalam perusahaan. Para direksi maupun manajer harus mengetahui keinginan dari pemegang saham dan memberikan informasi secara transparan mengenai keadaan perusahaan.
- e. **Penanganan Pelanggan/Poduk**

- Menciptakan hubungan baik dengan pelanggan akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Jika pelanggan mendapatkan kepuasan dari perusahaan, bisnis akan terus berjalan baik dengan adanya *repeat order* dari pelanggan dan produk akan semakin disukai konsumen.
- f. Pemasok (*Supplier*)
Pemasok merupakan pihak yang menguasai jaringan distribusi. Hubungan yang baik dengan pemasok menguntungkan perusahaan karena pemasok telah mengetahui keinginan perusahaan dan akan memenuhinya sesuai dengan keinginan pelanggan.
 - g. Komunikasi dan Laporan
Komunikasi dan pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi, baik bagi *stakeholder* maupun *shareholder*. Sistem informasi ini diperlukan baik dalam proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

2.2.5.3 Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Wibisono (2007:99) dalam bukunya membedah konsep dan aplikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), menguraikan beberapa manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan, diantaranya :

1. Bagi Perusahaan
2. Bagi Masyarakat
3. Bagi Lingkungan
4. Bagi Negara

2.2.5.4 Tahapan Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Tahap Perencanaan
2. Tahap Implementasi
3. Tahap Evaluasi
4. Pelaporan

2.2.5.5 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan yang telah menerapkan *Corporate Social Responsibility* akan mengungkapkan pelaksanaannya dalam bentuk laporan. Laporan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* disebut dengan *sustainability reporting* yang merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial,

pengaruh kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Pengungkapan (*disclosure*) *Corporate Social Responsibility* penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. Diharapkan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi secara positif perilaku investor untuk lebih memperhatikan aspek sosial.

Pengungkapan (*disclosure*) terbagi menjadi dua yaitu, pengungkapan bersifat wajib (*mandatory disclosure*) yang merupakan pengungkapan informasi wajib dilakukan perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu dan pengungkapan bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) yang merupakan pengungkapan informasi yang melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Salah satu badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di dunia.

Indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan dalam penelitian adalah :

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human right performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produksi (*product responsibility performance indicator*)

Untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* digunakan indeks pengungkapan (*disclosure*) atau *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dinilai dengan cara membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah yang disyaratkan oleh standar *Global Reporting Initiative* (GRI) meliputi 79 item pengungkapan dari indikator utama yaitu kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial yang mencakup tenaga kerja, hak asasi manusia, tanggung jawab produk dan keterlibatan masyarakat. *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dihitung dengan pendekatan dikotomi.

Perhitungan Indeks luar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{CSRI} = \frac{\sum \text{item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item Pengungkapan}}$$

2.2.6. Laporan Keuangan

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) ED PSAK 101 (IAI, 2013) Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Kasmir (2016:7) dalam bukunya analisis laporan keuangan mendefinisikan laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Laporan keuangan disajikan perusahaan untuk manajemen, pemilik perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan seperti pemerintah, kreditor, investor maupun para *supplier*.

Menurut Hery (2016:3) dalam buku analisa laporan keuangan, laporan keuangan merupakan produk akhir dari serangkaian proses pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis. Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah sebuah laporan tertulis yang memberikan informasi kondisi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu kepada pihak-pihak yang berkepentingan sehingga sebagai media komunikasi untuk pengambilan keputusan.

Urutan laporan keuangan berdasarkan penyajiannya menurut Hery (2016:4) adalah sebagai berikut :

1. Laporan Laba Rugi merupakan laporan yang sistematis tentang pendapatan dan beban perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan ini memuat informasi mengenai laba atau rugi bersih dari hasil kegiatan operasional perusahaan.
2. Laporan Ekuitas Pemilik atau Laporan Perubahan Ekuitas adalah laporan yang menyajikan ikhtisar perubahan dalam ekuitas pemilik suatu perusahaan untuk periode tertentu
3. Neraca adalah laporan yang sistematis tentang posisi aset, kewajiban dan ekuitas perusahaan.

4. Laporan Arus Kas adalah laporan yang menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar secara terperinci dari masing-masing aktivitas yaitu aktivitas operasi, aktivitas investasi dan aktivitas pendanaan untuk periode tertentu.
5. Catatan Atas Laporan Keuangan merupakan catatan yang tidak dapat dipisahkan dari laporan keuangan yang memberikan penjelasan lebih lengkap mengenai informasi yang disajikan dalam laporan keuangan.

2.2.7. Analisa Laporan Keuangan

Menurut Hery (2016:113) analisa laporan keuangan merupakan suatu proses untuk membedah laporan keuangan ke dalam unsur-unsurnya, menelaah masing-masing dari unsur-unsur tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang tepat atas laporan keuangan itu sendiri.

Tujuan dan manfaat analisis laporan keuangan menurut Kasmir (2016:68) dalam buku analisis laporan keuangan adalah :

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, baik harta, kewajiban, modal, maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk beberapa periode.
2. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang menjadi kekurangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan.
4. Untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan yang perlu dilakukan di masa depan berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini.
5. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen di masa yang akan datang.

Analisa laporan keuangan harus dilakukan seraca cermat dengan metode dan teknik analisi yang tepat sehingga hasil yang diharapkan akurat, mudah dimengerti dan dapat menggambarkan posisi keuangan perusahaan saat ini. Dalam praktiknya, terdapat dua macam metode analisis laporan keuangan yang biasa dipakai, yaitu :

1. Analisis vertical
2. Analisis horizontal

Selain metode analisis laporan keuangan, ada beberapa jenis teknik analisis laporan keuangan. Salah satu teknik analisis yang digunakan adalah analisis rasio. Analisis rasio keuangan adalah

Menurut Mamduh (2009:74) analisis rasio dikelompokkan menjadi lima macam rasio, yaitu :

1. Rasio Likuiditas
2. Rasio Aktivitas
3. Rasio Solvabilitas
4. Rasio Profitabilitas
5. Rasio Pasar

2.2.8. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan. Menurut Brigham (2006) profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio – rasio keuangan. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dari investasi.

Profitabilitas juga berfungsi sebagai alat prediksi keberlangsungan usaha suatu perusahaan di masa yang akan datang. Oleh sebab itu setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan terjamin kelangsungan hidupnya.

Mamduh (2009:81) dalam buku analisis laporan keuangan menyatakan rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan tertentu, aset dan modal saham tertentu. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional (Brigham dan Houston, 2010:146). Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio yang dapat digunakan adalah *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Total Asset* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE).

1. *Net Profit Margin* (NPM) menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.

Net Profit Margin (NPM) dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba bersih} \times 100\%}{\text{Penjualan bersih}}$$

2. *Return On Total Asset* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. *Return On Total Asset* (ROA) sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*). *Return On Total Asset* (ROA) dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Total Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih} \times 100\%}{\text{Total aset}}$$

3. *Return On Equity* (ROE) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham tertentu. *Return On Equity* (ROE) dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba bersih} \times 100\%}{\text{Modal saham}}$$

2.2.9. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Taswan, 2003). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat, untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi pada umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Kusumadilaga, 2010).

Menurut Weston dan Copeland (2008:244) beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio adalah suatu rasio yang membandingkan antara harga saham suatu perusahaan dengan laba per lembar saham (*earning per share*) yang menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2010:150). Kegunaan *Price Earning Ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar

menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price Earning Ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*.

Menurut Mamduh (2009, 82), *Price Earning Ratio* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar}}{\text{Earning per Lembar}}$$

2. Tobin's Q

Salah satu yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian: Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Margaretha, 2014:20).

Tobin's Q dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

Dimana :

Q = nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (*Equity Market Value*), yang diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*closing price*) akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun.

D = nilai buku dari total hutang

EBV = Nilai buku dari ekuitas (*Equity Book Value*), yang diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan total kewajiban.

3. Price to Book Value (PBV)

Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel

yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. *Price to Book Value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Menurut (Brigham dan Houston, 2010:112). *Price to Book Value* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Nilai Buku per Lembar Saham

2.3. Hipotesis

Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dugaan jawaban yang bersifat sementara, akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian (Sugiyono, 2015:159)

Berdasarkan kajian pustaka diatas, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.

H2 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan

batubara yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.

H3 : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social*

Responsibility terhadap nilai perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.