

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Corporate Social Responsibility Disclosure*

2.1.1.1 *Definisi Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Al-Ghifari (2014) *Corporate social responsibility disclosure* (CSRSD) merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholder* dan disarankan bahwa *corporate social responsibility* merupakan jalan masuk dimana beberapa organisasi menggunakannya untuk memperoleh keuntungan atau memperbaiki legitimasi.

Menurut Lindawati dan Puspita (2015) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) atau *Corporate social responsibility disclosure* (CSRSD) pada suatu perusahaan akan memberikan sinyal kepada *stakeholder* termasuk investor atau calon investor mengenai prospek perusahaan di masa depan dan memberikan nilai tambah kepada perusahaan atas kepeduliannya terhadap dampak lingkungan, sosial dan ekonomi yang timbul dari kegiatan perusahaan.

Menurut Ismail (2008:1) Menyatakan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinasional. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Sekitar 50 tahun yang lalu,

para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebajikan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Wartick dan Cochran, 1985).

Menurut Rosdwianti, dkk (2016:20) Menyatakan bahwa pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat menjadi investasi jangka Panjang yang bermanfaat untuk meminimalisasi dan mengendalikan risiki sosial, serta menjadi sarana untuk meningkatkan citra perusahaan di mata public. Salah satu pelaksanaan CSR adalah dengan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR juga dapat menjadi investasi bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan mempertahankan keberlanjutan perusahaan.

Menurut Roudaki dan Arslan (2017) CSR adalah metode mekanisme pengaturan mandiri yang mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial kepada semua pemangku kepentingan dan masyarakat.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen suatu perusahaan dengan maksud dan tujuan menambah nilai perusahaan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, serta meningkatkan kualitas hidup karyawan yang dipandang sebagai aset perusahaan yang bernilai, dengan memberikan kemanan dan dukungan lingkungan kerja, upah yang adil, jam kerja yang wajar, dan dukungan keseimbangan kehidupan kerja yang meningkatkan pengembangan, komitmen, dan kepuasan karyawan.

2.1.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Martin Fredman, dalam Henry dan Murtanto (2001) dalam Kuntari dan Sulistyani (2007) dalam (Nugraha,2015) ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu:

1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan yang dapat dipakai perusahaan untuk melaporkan aktivitas pertanggungjawaban sosialnya yang dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut (Henry dan Muntaro, 2001 dalam Kuntari dan Sulisty, 2007 dalam Nugraha, 2015):

a. Inventory Approach

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. Cost Approach

Perusahaan membuat daftar aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada setiap aktivitas tersebut.

c. Program Management Approach

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari adanya aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

d. Cost Benefit Approach

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang disebabkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media massa. Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang timbul akibat dari aktivitas tersebut. Gray, et al., dalam Florence, et.al., 2004 dalam Nugraha, 2015 menyebutkan ada tiga studi, yaitu:

a. Decision Usefulness Studies

Belkoui (1989) dalam (Sri,2010) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi yang meneliti dan mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pengguna laporan keuangan.

b. Economic Theory Studies

Studi ini menggunakan *agency theory* yang menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu *principal*. Umumnya, *principal* diartikan sebagai pemegang saham. Namun pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengelola perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

c. Social and Political Theory Studies

Studi ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi, dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan para *stakeholders*. Pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan umumnya bersifat sukarela, belum di audit, dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu.

2.1.1.3 Corporate Social Responsibility Index (CSRI)

Instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada standar GRI (*Global Intitative Reporting*) yang terdiri dari 1 aspek pengungkapan yaitu indikator kinerja lingkungan (*Environment Performance*

Indicator). (www.globalreporting.org). Standar GRI digunakan pada penelitian ini sebagai dasar item pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan GRI telah diakui secara global sebagai standar yang digunakan dalam pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berikut tabel lengkap rincian indikator CSRD yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1
Indikator GRI

No	Aspek dan Item CSRD
	LINGKUNGAN
1	Mengikuti pengendalian polusi dan riset pengurangan polusi
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan telah memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3	Operasi telah atau akan dikurangi
4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan, reklamasi daratan, atau reboisasi yang di akibatkan oleh pengolahan sumber alam
5	Konservasi sumber daya alam misalnya daur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas
6	Penggunaan material daur ulang
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat oleh perusahaan
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11	Pengelolaan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13	Perlindungan lingkungan hidup

Sumber: Mardikanto (2014)

2.1.1.4 Pengukuran Corporate Social Responsibility Disclosure

Dalam penelitian ini Corporate Social Responsibility Disclosure dihitung dengan perhitungan CSRI dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRIJ = \frac{\sum XIJ}{Nj}$$

Keterangan

CSRIJ = Corporate Social Responsibility Index Perusahaan j.

Nj = Jumlah item untuk setiap perusahaan j.

$\sum XIJ$ = Total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan.

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Definisi Profitabilitas

Menurut Munawir (2014:122) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Menurut Kasmir (2020:196) Rasio Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan, terutama keuangan laporan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Menurut I Made Sudana (2015:25) Profitability ratio adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.

Menurut Harahap (2009:304) Profitabilitas dapat menggambarkan bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang dimiliki perusahaan dan juga dengan semua sumber daya yang ada, contohnya kas, modal, jumlah karyawan, kegiatan penjualan, jumlah cabang perusahaan dan lain sebagainya.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016 : 197) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sementara itu, (Kasmir, 2016: 198) manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

2.1.1.3 Keunggulan penggunaan Rasio ROE

Return on equity merupakan angka penting yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dalam ekuitas (Kasmir, 2016:204). Metrik ini menunjukkan kinerja pencapaian laba atas investasi berdasarkan nilai buku pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini, semakin kuat status pemilik perusahaan dan semakin baik hasilnya. Angka kunci yang paling penting adalah laba atas ekuitas, atau laba bersih pemegang saham, dibagi dengan total modal. Brigam & Houston (2011: 133). Di bawah adalah beberapa keuntungan menghitung profitabilitas perusahaan dengan menggunakan ROE.

1. Rumus ROE biasanya lebih sederhana dan lebih mudah dipahami.
2. Manajemen perusahaan dapat menggunakan ROE sebagai motivasi untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi.

3. Ini dapat digunakan sebagai ukuran kinerja perusahaan, sumber daya untuk menilai kinerja perusahaan, dan alat untuk mengelola operasi perusahaan dalam kaitannya dengan profitabilitas.
4. Dapat digunakan sebagai alat perbandingan antara perusahaan dalam industri yang sama. Hal ini biasanya dilakukan untuk mencari perusahaan dengan ROE terendah dan perusahaan dengan ROE tertinggi.
5. Investor menggunakan ROE sebagai indikator utama keputusan investasi. Semakin tinggi ROE suatu perusahaan maka semakin banyak calon investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

2.1.1.4 Pengukuran Profitabilitas

Berdirinya sebuah perusahaan tentunya dengan memiliki salah satu tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang optimal. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas.

Menurut Brigham dan Houston (2011:107) Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan gabungan beberapa efek dari manajemen aktiva, likuiditas dan utang pada hasil operasi. Rasio ini meliputi rata-rata laba atas penjualan, rasio kemampuan dasar yang diperuntukkan menghasilkan keuntungan, tingkat pengembalian atas total aktiva dan tingkat pengembalian atas ekuitas saham biasa.

Secara umum ada empat jenis rasio profitabilitas menurut Kasmir (2016:199)

1. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin ini merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur rata-rata laba atas penjualan. Rasio NPM membandingkan laba setelah pajak penjualan dengan penjualan bersih.

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba setelah pajak penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return ON asset* (ROA)

Return On Asset menurut Kasmir (2016:201) adalah “rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan”. Rasio ini mencerminkan bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan pendayagunaan assetnya untuk dapat menghasilkan laba. Dalam hal ini, dapat terukur kemampuan asset yang digunakan untuk menghasilkan laba bagi perusahaan. Rasio ini membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan total asset (aktiva) perusahaan. Adapun rasio ROS dinyatakan dengan rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

3. *Return On Equity* (ROE)

Menurut Brigham & Houston (2011:149) Return On equity yaitu rasio antara laba bersih dengan ekuitas biasa yang mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemenang

saham. Rasio ini menggunakan indikator laba bersih dengan ekuitas biasa untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Return on equity dinyatakan dengan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

4. *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share merupakan rasio yang mencantumkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba untuk per lembar saham biasa. Rasio ini dapat menunjukkan berapa besar laba yang akan diperoleh dari per lembar saham biasa yang dimiliki oleh para pemegang saham. Rasio ini membandingkan antara laba setelah pajak dengan jumlah saham yang beredar. Semakin tinggi EPS suatu perusahaan maka akan meningkat pula minat para calon pemegang saham untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. EPS dinyatakan dengan rumus:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Jumlah lembar saham beredar}}$$

Berdasarkan beberapa cara dalam pengukuran profitabilitas tersebut, penulis menggunakan ROE sebagai alat untuk mengukur profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2017-2021, karena rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai sehingga kemungkinan suatu perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil.

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Definisi Nilai Perusahaan

Menurut Keown (2010:17) nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari surat-surat berharga yang telah dikeluarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Nilai perusahaan menjadi persepsi investor terhadap kinerja perusahaan yang seringkali dikaitkan dengan harga saham perusahaan. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, begitupun sebaliknya.

Menurut Indriyani (2017:335) nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Semakin tinggi ukuran perusahaan tersebut, perusahaan tentu semakin berhasil menciptakan nilai bagi pemegang sahamnya.

Menurut Sartono (2016:9) nilai perusahaan adalah tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.

Menurut Hery (2017:5) nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Tujuan perusahaan meningkatkan nilai perusahaan adalah karena dengan meningkatkan nilai perusahaan sama dengan meningkatkan nilai pemegang

saham. Para pemegang saham tentunya akan lebih tertarik pada perusahaan yang dapat memberikan keuntungan lebih daripada perusahaan lainnya. Menurut Brigham dan Houston (2011:211) salah satu tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Dan cara untuk meningkatkan nilai pemegang saham yaitu meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menurut (Fitri, 2014) diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Struktur kepemilikan

Struktur kepemilikan saham terbagi atas:

- a. Kepemilikan manajerial saham adalah para pemegang saham yang berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan.
- b. Kepemilikan instutional merupakan kepemilikan saham oleh Lembaga dari external. Investor institutional tidak jarang menjadi mayoritas dalam kepemilikan.

2. Kebijakan Dividen

Kebijakan deviden adalah rencana Tindakan yang harus diikuti dalam membuat keputusan dividen.

3. *Leverage*

Leverage adalah penggunaan aktiva dan sumber oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) berarti sumber dana yang berasal dari

pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

4. Ukuran Perusahaan

Adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain dengan total aktiva, *long size*, nilai pasar saham dan lain-lain. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan.

5. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab perusahaan sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui Kerjasama dengan para karyawan setempat serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan

6. Mengukur kinerja keuangan dengan menganalisa laporan keuangan menggunakan rasio-rasio keuangan. Pengukuran kinerja yang dilakukan setiap periode waktu tertentu sangat bermanfaat untuk menilai kemajuan yang telah di capai perusahaan dan menghasilkan informasi yang sangat bermanfaat untuk pengambilan keputusan manajemen serta mampu menciptakan nilai perusahaan itu sendiri kepada *stakeholders*.

7. *Investment Opportunity Set*

Investment Opportunity Set (IOS) merupakan suatu kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dan pilihan investasi di masa yang akan datang *net present value positif*.

8. Manajemen Laba

Para manajer memiliki fleksibilitas untuk memilih beberapa *alternative* dalam mencatat transaksi sekaligus memilih opsi-opsi yang ada dalam perlakuan akuntansi. Fleksibilitas ini digunakan oleh manajemen perusahaan untuk mengelola laba. Perilaku manajemen yang mendasari lahirnya manajemen laba adalah sebagai perilaku *opportunistic* manajer dan *efficient contracting*. Sebagai perilaku *opportunistic*, manajer memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi utang dan *political cost*.

9. *Growth Opportunity*

Growth Opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan dimasa depan. Perusahaan-perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat seringkali harus meningkatkan aktiva tetapnya.

10. *Cash Holding*

Cash Holding adalah jumlah kepemilikan kas yang dimiliki oleh perusahaan. Jika kas dimiliki perusahaan cukup atau tidak berlebihan maka dapat mengindikasikan likuiditas perusahaan. *Cash Holding* menunjukkan bahwa perusahaan dengan cash holding yang tinggi, investor khawatir bahwa manajer lebih mempunyai kekuasaan untuk

menghamburkan sumber daya perusahaan pada *Value Destroying Projects* (proyek yang merusak nilai).

2.1.3.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Fahmi (2015:82) nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.

Menurut Harmono (2009:114) menyatakan bahwa ada empat indikator yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya adalah:

a) *Price to Book Value (PBV)*

Menurut Ukhriyawati dan Dewi (2019:5) PBV menggambarkan bagaimana pasar saham menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Menurut pandangan investor, perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki arus kas serta laba yang aman. Hal tersebut tercermin dalam perhitungan *Price to Book Value*.

Adapun rumus PBV adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham Biasa}}$$

b) *Price Earning Ratio (PER)*

Menurut Ukhriyawati dan Dewi (2019:5) untuk investor, semakin tinggi tingkat pengembalian harga saham, semakin tinggi tingkat pertumbuhan laba yang diharapkan. Oleh karena itu, rasio harga-pendapatan (*price-earnings ratio*) adalah perbandingan harga saham per saham dan laba per saham.

Adapun Rumus PER adalah:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Perlembar Saham}}$$

c) *Earning per Share* (EPS)

Menurut Ukhriyawati dan Dewi (2019:5) rasio ini mengukur berapa keuntungan yang dibagikan oleh perusahaan kepada para pemegang saham berdasarkan jumlah lembar saham yang dimiliki masing-masing.

Adapun Rumus EPS adalah:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}}$$

d) Tobin's Q

Menurut Smithers dan wright (2007) dalam Prassetyorini (2013:188) Analisis Tobin's Q, juga dikenal sebagai rasio Tobin's Q, merupakan indikator perkiraan pasar keuangan saat ini tentang pengembalian masa depan atas dollar yang diinvestasikan.

Adapun Rumus Tobin's Q adalah :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{TA}}$$

Berdasarkan beberapa cara dalam pengukuran nilai perusahaan tersebut penulis menggunakan Tobin's Q sebagai alat untuk mengukur nilai perusahaan pada perusahaan yang termasuk dalam perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021, karena dengan memakai Tobin's Q setidaknya mampu memberi gambaran mengenai aspek fundamental perusahaan dan pandangan pasar terhadap perusahaan (sejauh mana pihak luar termasuk investor memberi penilaian terhadap perusahaan).

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Penelitian terdahulu yang penulis jadikan referensi antara lain:

Sanjaya, dkk. (2016) melakukan penelitian mengenai “pengaruh *Corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan” penelitian ini dilakukan di PT Unilever Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diperoleh hasil bahwa *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas yang diukur dengan ROA dan MBR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. unilever Indonesia.

Umroh dan Fidiana (2016) melakukan penelitian mengenai “pengaruh *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan” Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan artinya bahwa hipotesis pertama yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima.

Ayu dan Suarjaya (2017) melakukan penelitian mengenai “pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi” penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Rosiana, dkk (2013). Dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Primady dan Wahyudi (2015) melakukan penelitian mengenai “pengaruh *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial tidak mampu tidak mampu secara signifikan menguatkan pengaruh variabel return on asset terhadap variabel dependen. Variabel independent sendiri secara parsial hanya return on asset yang mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Untuk variabel *corporate social responsibility* dan return on equity meskipun ditemukan pengaruh, namun memiliki tingkat signifikansi yang kecil atau derajat kepercayaan yang lebih longgar kurang dari 95%. Hal ini bisa disebabkan oleh jumlah sampel maupun tahun amatan serta faktor lain diluar variabel yang mampu mempengaruhi variabel dependen.

Cecilia, dkk (2021) melakukan penelitian mengenai “analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan yang *Go Public* di Indonesia, Malaysia, dan Singapura” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Saputra (2017) melakukan penelitian mengenai “pengaruh corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan” Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, untuk variabel profitabilitas tingkat signifikansi menunjukkan nilai 0,000 lebih kecil dari nilai perusahaan. 0,05 sehingga dapat disimpulkan variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pohan, dkk. (2018) melakukan penelitian mengenai “pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi” Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berbobot positif dan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Karina dan Setiadi (2020) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi” penelitian ini membuktikan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya. Sehingga dalam jangka panjang perusahaan dapat menikmati kinerja pasar yang baik yang nantinya akan dinikmati oleh masyarakat secara umum.

Rahmawati dan Rohman (2018) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*” penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016.

Patmawati (2017) melakukan penelitian mengenai “pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening”. Penelitian ini dilakukan pada 40 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2009-2013. Diperoleh hasil bahwa *corporate social responsibility disclosure* yang diprosikan oleh CSRD ekonomi, CSRD lingkungan, CSRD tenaga kerja, CSRD masyarakat, CSRD tanggung jawab produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *good corporate governance* yang diprosikan oleh kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Elia dan Pande (2018) melakukan penelitian mengenai “pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel pemoderasi”. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode tahun 2014-2016. Diperoleh hasil bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Variabel *leverage* memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Candra dan Cipta (2022) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai

Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara Bersama-sama variabel profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* secara signifikan berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Sulbahri (2021) melakukan penelitian mengenai “pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan” hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai prob. Variabel tanggung jawab sosial perusahaan < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,027 < 0,05$, sehingga variabel tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Setyawan (2017) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan” (Studi Pada Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia) Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh variabel bebas Corporate Social Responsibility terhadap variabel terikat Nilai Perusahaan, hal ini diakibatkan karena investor di Indonesia cenderung membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Apridawati dan Hermanto (2020) melakukan penelitian mengenai “*pengaruh corporate social responsibility, profitabilitas, leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan” hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility, leverage*, nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Suahrtini dan Megasyara (2018) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate social responsibility (CSR) tidak memiliki kontribusi dalam nilai perusahaan pertambangan di Indonesia. CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan apabila profitabilitas yang dilihat dari EVA mengalami peningkatan. Karena EVA menghubungkan laba dengan jumlah sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya.

Zulaika (2019) melakukan penelitian mengenai “pengaruh *corporate social responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan Bersama-sama pengaruh CSR dan profitabilitas yang diwakili oleh nilai ROE dan Roi Perusahaan adalah positif dan signifikan.

Zuhriah dan Maharani (2022) melakukan penelitian mengenai “pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas dan Nilai perusahaan” Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap profitabilitas yang diprosikan dengan EPS, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Tobin's Q*.

Wahyuni (2018) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR secara parsial

tidak mempengaruhi Price to Book Value (PBV). Sementara itu, Return on Asset (ROA) secara parsial berpengaruh tidak signifikan PBV.

Berdasarkan hasil pengumpulan data dari penelitian terdahulu yang telah disebutkan, dimana terdapat beberapa perbedaan antara satu penelitian dengan penelitian yang lain maupun dengan penelitian penulis, baik dari segi variabel, metode penulisan, alat analisis, subjek penelitian dan lain sebagainya. Untuk lebih jelasnya penulis sajikan rangkuman mengenai perbandingan penelitian yang sudah dilakukan terlebih dahulu dengan penelitian yang penulis lakukan dalam tabel 2.2

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis

No	Peneliti, tahun dan lokasi penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian	Sumber
1	Rocky Sanjaya, Parman Tarigan, Liper Siregar dan Jubi 2016 studi kasus pada PT Unilever Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>corporate social responsibility disclosure</i> • Profitabilitas • Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini dilakukan di PT Unilever Indonesia yang terdaftar di BEI 	Hasil penelitian mendapatkan bahwa <i>corporate social responsibility disclosure</i> dan profitabilitas yang diukur dengan ROA dan MBR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. unilever Indonesia.	Jurnal Sultanist Vol.4, No. 1, Juni 2016 ISSN : 2238-4328
2	Madinatul Umroh dan Fidiana 2016 studi kasus pada perusahaan yang bergerak dibidang kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas • CSR • Nilai Perusahaan • Metode regresi linear berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini dilakukan pada tahun 2007-2010 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan artinya bahwa hipotesis pertama yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima.	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 5, No 1, Januari 2016 ISSN : 2460-0585
3	Dea putri ayu, A.A Gede Suarjaya 2017 Studi kasus pada perusahaan pertambangan	<ul style="list-style-type: none"> • Metode observasi non partisipan • Profitabilitas • CSR 	<ul style="list-style-type: none"> • Sampel Teknik sampling jenuh • Analisis path • Variabel mediasi 	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan,	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 2, 2017: 1112-1138 ISSN : 2302-8912

				profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	
4	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa dan Maria M. Ratna Sari 2013 dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi	<ul style="list-style-type: none"> • CSR • Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi 	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 (2013):723-738 ISSN: 2302-8556
5	Ganang Radtyo Primady, Sugeng Wahyudi 2015 melakukan penelitian mengenai pengaruh corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi	<ul style="list-style-type: none"> • Corporate social responsibility • Profitabilitas • Nilai perusahaan • Csri 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan manajerial • Variabel moderasi 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial tidak mampu secara signifikan menguatkan pengaruh variabel return on asset terhadap variabel dependen. Variabel independent sendiri secara parsial hanya return on asset yang mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Untuk variabel corporate social responsibility dan return on equity meskipun ditemukan pengaruh, namun memiliki tingkat signifikansi yang kecil atau derajat kepercayaan yang lebih longgar kurang dari 95%. Hal ini bisa disebabkan oleh jumlah sampel maupun tahun amatan serta faktor lain diluar variabel yang mampu mempengaruhi variabel dependen.	Diponegoro Journal Of Management Vol 4, No 3, Tahun 2015, Hal-1-15, ISSN (Online) : 2337-3792
6	Cecilia, Syahrul Rambe, M. Zainul Bahri Torong 2021. Studi kasus pada perusahaan perkebunan yang <i>Go Public</i> di Indonesia,	<ul style="list-style-type: none"> • Corporate Social Responsibility • Profitabilitas • Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan 	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan	Jurnal Ilmu manajemen vol 5, No 1, (2021) ISSN : 2614-3976 (Online)

	Malaysia, dan Singapura				
7	Wendy salim saputra 2017 melakukan penelitian mengenai pengaruh corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • CSR • Profitabilitas • Nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis regresi berganda 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, untuk variabel profitabilitas tingkat signifikansi menunjukkan nilai 0,000 lebih kecil dari nilai perusahaan. 0,05 sehingga dapat disimpulkan variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Jurnal akuntansi bisnis Vol 10, No 1 (2017) E-ISSN 2598-6767
8	Hotman tohir pohan, ice nasyrah noor, yudha fatrya 2018 survei pada perusahaan non profit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016	<ul style="list-style-type: none"> • ROE • CSR • Nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Purposive sampling • Variabel moderasi 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berbobot positif dan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	Jurnal akuntansi trisakti Volume. 5 Nomor. 1 februari 2018: 41-52 ISSN : 2339-0832
9	Desita Riyanta dan Mitra Karina, Iwan Setiadi (2020) survei pada perusahaan yang terdaftar di IICG.	<ul style="list-style-type: none"> • Data sekunder • SPSS • CSR 	<ul style="list-style-type: none"> • Gcg 	Penelitian ini membuktikan CSR berpengaruh positif signifikan Terhadap nilai perusahaan. Semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya. Sehingga dalam jangka panjang perusahaan dapat menikmati kinerja pasar yang baik yang nantinya akan dinikmati oleh masyarakat secara umum	Jurnal riset akuntansi mercu buana Vol 6, No 1 Online ISSN: 2548-4338
10	Agung putri rahmawati dan Abdul Rohman 2018 studi kasus pada perusahaan manufaktur	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas • <i>Corporate social responsibility disclosure</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Agresivitas pajak 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel control berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .	Diponegoro Journal Of Accounting Vol 8, No 1, Tahun 2019, Halaman 1

	yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia				ISSN (Online): 2337-3806
11	Patmawati 2017 studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> • Nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Good corporate governance</i> 	Kepemilikan institusional, keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan kepemilikan institusional dengan keputusan investasi dan keputusan pendanaan berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan	Jurnal FEB Unviersitas Brawijaya Vol 8, No 1, E-ISSN: 2502-2024
12	Putu Elia MM dan Made pande DP 2018 studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan • Profitabilitas • CSR 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Leverage</i> sebagai variabel pemoderasi 	Variabel <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dan variabel <i>leverage</i> memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.23.2.Mei(2018):1470-1494DOI: ISSN:2302-8556
13	Adriana Gita Candra dan Wayan Cipta 2022 survei pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	<ul style="list-style-type: none"> • Tobin's Q • CSR • Data sekunder • Spss 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian kuantitatif kausal • Data Linear berganda 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel profitabilitas dan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> secara signifikan berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.	Jurnal akuntansi profesi Vol 13, No 1 2022 E-ISSN : 2686-2468
14	Rifani Akbar Sulbahri (2021) survei pada perusahaan pertambangan yang tercatat di BEI	<ul style="list-style-type: none"> • CSR • Nilai perusahaan • Tobin's Q 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis regresi sederhana 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai prob. Variabel tanggung jawab sosial perusahaan < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,027 < 0,05$, sehingga variabel tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	jurnal akuntansi dan manajemen Vol 16, No 2 2021 ISSN 2657-1080
15	Budi setyawan 2017 survei pada perusahaan sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Data sekunder 	<ul style="list-style-type: none"> • Regresi berganda 	Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh variabel bebas Corporate Social Responsibility terhadap variabel terikat Nilai Perusahaan, hal ini diakibatkan karena investor di Indonesia cenderung membeli	Jurnal manajemen dan jurnal akuntansi vol 2, No 1 (2017) E-ISSN : 2614-3291

					dan menjual saham tanpa memperhatikan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.	
16	Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto 2020	<ul style="list-style-type: none"> • CSR • Profitabilitas • Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Leverage</i> • Ukuran perusahaan 	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Demikian juga leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi vol 9 No 11 (2020) E-ISSN: 2460-0585	
17	Dwi suhartini dan Ira megasyara 2018 Surevi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016.	<ul style="list-style-type: none"> • Tobin's Q • CSRD 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode path • Variabel intervening 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> (CSR) tidak memiliki kontribusi dalam nilai perusahaan pertambangan di indonesia. CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan apabila profitabilitas yang dilihat dari EVA mengalami peningkatan. Karena EVA menghubungkan laba dengan jumlah sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya.	Jurnal equity Uvn veteran Jakarta vol 21, No 2 (2018) ISSN Online: 2684-9739	
18	Tatik Zulaika 2019 studi empiris pada Indeks SRI-KEHATI yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • CSR • Profitabilitas • Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian regresi linear berganda 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan pengaruh CSR dan profitabilitas yang diwakili oleh nilai ROE dan ROI perusahaan adalah positif dan signifikan	Jurnal Akuntansi & Governance Andalas Vol 2 No 2 (2019) ISSN: 2442-2363	
19	Mustika Zuhriah dan Novera Kristianti Maharani 2022	<ul style="list-style-type: none"> • CSR • Profitabilitas • Nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode analisis regresi linier sederhana 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap profitabilitas yang diprosikan dengan EPS, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan <i>Tobin's Q</i> .	Jurnal Ilmiah keagamaan dan kemasyarakatan Vol 16, No 2 P-ISSN:1907-4174	
20	Sri fitri wahyuni 2018 Survei pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • CSR • Profitabilitas • Nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel moderating 	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR secara parsial tidak mempengaruhi Price to Book Value (PBV). Sementara itu, Return on Asset (ROA) model secara parsial berpengaruh tidak signifikan PBV.	Jurnal ilmiah magister manajemen maneggio Vol 1, No 1 E-ISSN : 2632-2634	

Gina Rahayu (2022) 183403110

Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Survei pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021).

Sumber: Jurnal

2.2 Kerangka Pemikiran

Corportae Social Responsibility atau CSR adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Rosidah, 2018:224). *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan klaim *stakeholders* agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan. Oleh karena itu, suatu perusahaan tidaj hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga untuk kepentingan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis (Danu, 2011).

Corporate Social Responsibility berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi

sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka Panjang. Jadi CSR merupakan konsep yang penting untuk dilaksanakan perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan hubungan timbal balik yang saling sinergis antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan oleh investor.

Alasan perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* dikarenakan untuk mentaati peraturan yang ada. Pemerintah melalui Undang-Undang No. 40 2007 tentang perseroan terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya dibidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan lain yang menyinggung *Corporate Social Responsibility* adalah UU no. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal. Dalam UU tersebut dinyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Karena jika tidak, maka dapat dikenai sanksi mulai dari peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan atau fasilitas penanaman modak, atau pencabutan kegiatan usaha.

Keterkaitan antara *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan antara lain dalam laporan keberlanjutan atau yang di sebut juga dengan *Sustainability Reporting*, tujuan utama perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai pada suatu perusahaan akan terjamin berkembang secara *sustainable* jika perusahaan

memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Dimensi – dimensi tersebut terdapat dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* atau CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai bentuk dari tanggung jawab serta kepedulian terhadap lingkungan yang ada di sekitar perusahaan. Maka dapat dikatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh teori *stakeholder* yang diungkapkan oleh (Pircsh et.all 2007) bahwa keberlanjutan dan kesuksesan sebuah organisasi menyeimbangkan kepentingan untuk mencapai tujuan ekonomi dan *non* ekonomi.

Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Multafia Almar dan Rima Rachmawati Asfia Murni (2012), Gusti Ayu Made Ervira Rosiana (2013), Wardoyo dan Theodora (2013), Ghifari Luthfian Pratama (2016), Agus Santoso (2017) dan Rida Aryani (2018) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

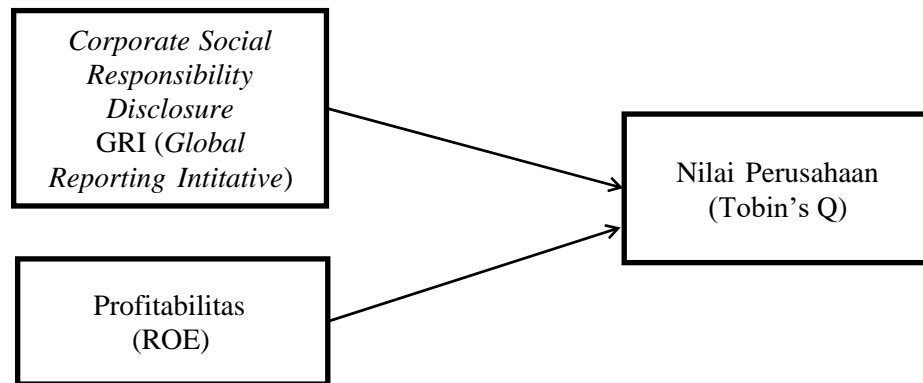
Selain memperhatikan CSRD, Adapun faktor lain yang mempengaruhi terhadap peningkatan nilai perusahaan dalam menghasilkan laba atau yang disebut profitabilitas. Semakin baik tingkat rasio profitabilitas maka menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2017:80). Tentunya hal tersebut menjadi hal yang diinginkan oleh investor. Tujuan dari adanya profitabilitas ini adalah untuk melihat bagaimana perusahaan dapat menghasilkan laba dengan semua sumber daya yang dimiliki (Sudana, 2011:22)

Menurut Harahap (2009:304) Profitabilitas dapat menggambarkan bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang dimiliki perusahaan dan juga dengan semua sumber daya yang ada, contohnya kas, modal, jumlah karyawan, kegiatan penjualan, jumlah cabang perusahaan dan lain sebagainya.

Hubungan yang terjadi antara profitabilitas dan nilai perusahaan yaitu dengan semakin meningkatnya profitabilitas maka dapat meningkatkan nilai perusahaan pula. Hal itu dikarenakan profitabilitas dengan rasio ROE akan menunjukkan tingkat pengembalian pemegang saham dengan tingginya minat bagi para investor untuk menanam saham. Adapun laba yang diperoleh oleh perusahaan merupakan hasil dari kegiatan operasional penjualan produk dan juga investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas dengan rasio ROE memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan (Fitriyah, 2021:6)

Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Rudangga dan Sudiarta (2016), Indriyani (2017), Islami dan Sopian (2021), Utomo dan Christy (2017), Lubis, dkk (2017) serta Priyatma dan Pratini (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka pemikiran

2.3 Hipotesis

berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka, penulis dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2017-2021.
2. *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2017-2021.