

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Signaling Theory

Signaling Theory pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973) dalam penelitian yang dilakukan oleh Connelly dkk (2011) Spence menyatakan bahwa signaling artinya memberikan suatu sinyal. Pihak pengirim (pemilik pemberi informasi) berusaha untuk memberikan informasi yang relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima, yang kemudian akan menyesuaikan tindakannya sesuai dengan pemahaman yang telah diterima dari sinyal tersebut. Sinyal yang di dapat bisa berwujud berbagai bentuk, baik secara langsung dapat diamati ataupun harus dilakukan pemahaman lebih mendalam untuk mengetahui isi dari sinyal tersebut. Dalam literatur ekonomi dan keuangan, *signaling theory* bertujuan untuk mengungkapkan bukti bahwa pihak yang berada di lingkungan perusahaan seperti corporate insiders umumnya memiliki informasi yang lebih bagus tentang kondisi perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak luar. Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan berupa laporan tahunan (annual report) akan memberikan sinyal kepada investor untuk mengetahui kondisi perusahaan yang bersangkutan, sebelum mengambil keputusan untuk menanamkan dananya. Menurut Jogiyanto (2010), Informasi yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan berisi laporan keuangan (*financial report*) dan informasi non keuangan lainnya seperti *corporate governance* dan pengungkapan kegiatan laporan pertanggungjawaban atau CSR (*corporate social*

responsibility). Dalam pengungkapan CSR sinyal yang diberikan kepada investor dan stakeholder bertujuan untuk memberikan informasi bahwa sebuah perusahaan secara aktif ikut dalam kegiatan CSR dan menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan dalam posisi baik.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Tujuan didirikan sebuah perusahaan sudah sangat jelas, yang pertama untuk mencapai keuntungan yang maksimal, kedua untuk kesejahteraan pemilik perusahaan atau pemilik saham, ketiga untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham perusahaan. Nilai perusahaan merupakan patokan yang dipergunakan oleh seorang investor untuk menilai kinerja sebuah perusahaan dimasa yang akan datang, dimana nilai perusahaan sangat berkaitan dengan harga saham. Investor akan mendapatkan keuntungan jika harga saham dalam perusahaan tinggi. Harga saham perusahaan yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula.

Nilai perusahaan merupakan kondisi dimana perusahaan mendapatkan kepercayaan masyarakat setelah melalui beberapa proses selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan didirikan sampai dengan sekarang. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan sebuah pencapaian, karena meningkatnya nilai perusahaan akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan para pemilik, pemegang saham dan para karyawan. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan dari harga saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen asset perusahaan. Adanya peluang investasi terhadap perusahaan dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan

datang, sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan, dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Menurut Rahayu (2010), terdapat lima konsep nilai perusahaan antara lain :

- a. Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum dalam anggaran dasar, disebutkan dalam neraca perusahaan dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- b. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil yaitu kemampuan daya tukar atau daya beli uang pada barang atau jasa suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep ini bukan hanya harga dari kumpulan asset perusahaan, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas yang memiliki kemampuan menghasilkan manfaat atau keuntungan di kemudian hari nanti.
- c. Nilai likuidasi yaitu seluruh harta suatu perusahaan atau nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban perusahaan yang harus dipenuhi.
- d. Nilai pasar adalah harga yang terbentuk dari kegiatan jual beli, tawar menawar di dalam pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham sebuah perusahaan dijual di pasar saham.
- e. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dapat dihitung menggunakan dasar konsep akuntansi.

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan.

Tujuan yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Dengan memperoleh laba yang maksimal, perusahaan dapat memberikan yang terbaik bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta peningkatan mutu dan melakukan investasi baru.

Profitabilitas akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang besar akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya dari perusahaan tersebut.

Brigham (2001) berpendapat bahwa profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian keputusan dan kebijakan manajemen, dimana keputusan dan kebijakan ini berhubungan dengan sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca perusahaan. Profitabilitas dikatakan baik apabila memenuhi target laba yang telah ditentukan. Profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa tingkat kinerja manajemen tersebut kurang baik.

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah nantinya akan membawa dampak buruk dan akan menyebabkan turunnya penilaian kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan bahwa laporan keuangan perusahaan mengandung berita baik dan perusahaan cenderung menyerahkan laporan keuangannya tepat pada waktunya. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio profitabilitas yang dikenal juga

dengan nama rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas menggambarkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional perusahaan.

2.1.4 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Manfaat rasio profitabilitas tidak hanya bagi pihak di dalam perusahaan saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan terutama pihak-pihak yang mempunyai hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Menurut Kasmir (2014) tujuan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak diluar perusahaan antara lain :

- a. Untuk menghitung atau mengukur laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan periode sebelumnya dengan periode sekarang.
- c. Untuk menilai perkembangan laba atau keuntungan dari waktu ke waktu.
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- f. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang telah digunakan baik modal pinjaman ataupun modal sendiri.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah gambaran keberhasilan perusahaan yang dapat tercermin dari total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Sudarmadji dalam Winda menjelaskan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang

menunjukkan kekuatan finansial perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki maka akan semakin besar modal yang ditanamkan, semakin besar penjualan maka akan semakin banyak perputaran uang yang ada di dalam perusahaan dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar peluang perusahaan dikenal oleh masyarakat.

Franz Traxler dan Gerhard Huemer (2007) menyatakan ukuran perusahaan sebagai *“Firm size is the criterion most frequently use for demarcating membership domains, something which underscores the relevance of this criterion as a divide in business interest”*

2.1.6 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Undang - undang No. 20 tahun 2008 mengelompokkan perusahaan menjadi empat kategori di antaranya usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar. Pengelompokan ini berdasarkan total asset yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan.

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang - undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang -undang ini.

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana yang telah dimaksud dalam undang-undang ini.
- d. Usaha Besar yaitu usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, seperti contohnya usaha nasional milik negara atau usaha swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik dari pihak internal maupun eksternal dari investor. Perusahaan yang berskala besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih untuk memenangkan persaingan. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat para investor karena akan berdampak terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar juga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki perkembangan dan cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil, sehingga para calon investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi kedalam perusahaan tersebut, yang nantinya akan berdampak pada peningkatan harga saham

perusahaan di pasar modal. Setiyadi (2007) dalam Rahayu (2017) berpendapat, ukuran perusahaan yang biasa dipakai untuk menentukan tingkat perusahaan adalah:

- a. Tenaga kerja yaitu jumlah pegawai tetap dan honorer yang bekerja di perusahaan pada periode tertentu
- b. Tingkat penjualan adalah volume penjualan suatu perusahaan pada waktu tertentu
- c. Total utang yaitu jumlah utang yang dimiliki perusahaan pada periode tertentu.
- d. Total asset adalah keseluruhan asset perusahaan pada saat tertentu

2.1.7 *Good Corporate Governance* (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) adalah satu kesatuan hubungan antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya (OECD, 2004). GCG memiliki hubungan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam memastikan pengambilan langkah yang tepat atau mengadopsi mekanisme untuk melindungi kepentingan *stakeholder*. GCG juga menetapkan bagaimana pemegang saham dan pemangku kepentingan, dewan direksi dan manajemen berinteraksi dalam kinerja perusahaan dan penentuan arah perusahaan.

Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) dalam Jojok (2009), *Good Corporate Governance* (GCG) adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pemilik perusahaan, pengelola perusahaan, manajemen, pemerintah, pihak kreditur, karyawan, para pemegang

kepentingan internal dan eksternal yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka. Menurut Cadbury Committee Report (1992) *Corporate Governance* ialah “*the system by which companies are directed and controlled. Boards of directors are responsible for the governance of their companies. The shareholders’ role in governance is to appoint the directors and the auditors and to satisfy themselves that an appropriate governance structure is in place.*”

Sementara itu pada tahun 1998 *The Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) memperluas definisi dari *Corporate Governance* sebagai “*A set of relationships between a company’s management, it’s board, its shareholders and other stakeholders (that provides) a structure through which the objectives of the company are set and the means of attaining those objectives and monitoring performance are determined.*”

Menurut Newel & Wilson (2002) penerapan GCG yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan, mengurangi risiko, meningkatkan kinerja keuangan, dan meningkatkan kepercayaan investor. Sebaliknya penerapan GCG yang buruk dapat menurunkan tingkat kepercayaan para investor.

Sadar akan pentingnya tata kelola perusahaan, Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengeluarkan Surat Keputusan Menteri BUMN Nomor.Kep-117/MBU/2002 mengenai Penerapan Praktek *Good Corporate Governance* Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan telah disempurnakan dengan Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor.PER-01/MBU/2011 mengenai Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

2.1.8 Tujuan *Good Corporate Governance*

Tujuan *Good Corporate Governance* Menurut Sutojo dan Aldridge (2005)

antaralain :

- a. Meningkatkan nilai perusahaan
- b. Melindungi hak serta kepentingan para pemegang saham
- c. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja dewan pengurus dan manajemen perusahaan.
- d. Melindungi hak dan kepentingan para anggota *stakeholders* non pemegang saham
- e. Meningkatkan mutu hubungan dewan pengurus dengan manajemen senior perusahaan.

2.1.9 Manfaat *Good Corporate Governance*

Penerapan GCG tidak hanya melindungi kepentingan para investor tetapi memberikan banyak manfaat bagi perusahaan dan juga pihak-pihak yang mempunyai hubungan langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Berbagai manfaat yang diperoleh dengan menerapkan GCG dalam perusahaan antara lain:

- a. Meminimalkan *agency cost*, yaitu biaya dari pendelegasian kewenangan kepada manajemen, termasuk biaya penggunaan sumber daya perusahaan untuk kepentingan pribadi maupun dalam rangka pengawasan terhadap perilaku manajemen.
- b. Meminimalkan *cost of capital*, yaitu biaya modal yang ditanggung jika perusahaan mengajukan pinjaman kepada kreditur.

- c. Pengambilan keputusan akan berlangsung secara lebih baik, dapat meningkatkan efisiensi dan menciptakan budaya kerja yang lebih sehat.
- d. Meminimalisir penyalagunaan wewenang oleh pihak direksi dalam pengelolaan perusahaan.
- e. Nilai perusahaan di mata investor akan meningkat akibat dari tata kelola perusahaan yang baik yang terdapat dalam laporan keuangan tahunan.
- f. Meningkatkan kepercayaan para *stakeholders* kepada perusahaan yang memberikan citra positif bagi perusahaan.
- g. Meningkatkan kualitas laporan keuangan perusahaan. Manajemen cenderung tidak akan melakukan rekayasa terhadap laporan keuangan, karena adanya kewajiban untuk mematuhi aturan dan prinsip akuntansi yang berlaku.

2.1.10 Prinsip - Prinsip *Good Corporate Governance*

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) telah mengembangkan seperangkat prinsip-prinsip GCG diantaranya :

a. *Transparency* (Transparansi)

Transparansi yang artinya keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan mengemukakan informasi materiil, relevan mengenai perusahaan. Selain itu, informasi yang diungkapkan perusahaan harus disusun, diaudit, dan disajikan sesuai standar.

b. *Accountability* (Akuntabilitas)

Akuntabilitas dapat diartikan sebagai kejelasan fungsi, pertanggungjawaban dan pelaksanaan dalam perusahaan sehingga pengelolaan di dalam perusahaan terlaksana secara lebih efektif dan efisien. Serta menjamin adanya pedoman

yang strategis bagi perusahaan dan pemantauan yang efektif terhadap manajemen.

c. *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Prinsip tanggungjawab dalam hal ini menekankan adanya sebuah sistem yang jelas untuk mengatur mekanisme pertanggungjawaban di dalam perusahaan kepada *shareholder* dan *stakeholder*.

d. *Independency* (Independensi)

Prinsip ini untuk melancarkan pelaksanaan GCG, sebuah perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing bagian tidak saling mendominasi dan tidak mengintervensi pihak lain.

e. *Fairness* (Kewajaran/Keadilan).

Prinsip Kewajaran atau Keadilan ini bertujuan untuk memenuhi hak-hak *stakeholders* berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Prinsip ini harus menjamin adanya perlakuan yang setara terhadap semua pihak terkait, terutama para pemegang saham minoritas maupun asing.

2.1.11 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan Manajerial (*managerial ownership*) adalah tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan, seperti direktur dan komisaris. Menurut Shleifer dan Vishny (1998), kepemilikan manajerial terhadap saham perusahaan dipandang bisa menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham eksternal dan manajemen. Kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen merupakan salah satu cara

untuk mengurangi permasalahan keagenan, dimana kepemilikan manajerial dapat mensejajarkan kepentingan manajemen dengan kepentingan pemilik perusahaan.

2.1.12 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* telah dikenal sejak awal tahun 1970. Secara umum CSR dapat diartikan sebagai kumpulan kebijakan yang berhubungan dengan *stakeholder*, pemenuhan ketentuan hukum, pemberdayaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha atau perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan masyarakat secara berkelanjutan.

Darwin (2008) mendefinisikan CSR sebagai sebuah mekanisme suatu organisasi yang secara sukarela memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Menurut Untung (2008), pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi masyarakat di sekitar perusahaan yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Secara konseptual, CSR merupakan bentuk pengungkapan yang disajikan di dalam laporan tahunan perusahaan. CSR yang diungkapkan di dalam laporan dikenal dengan nama *Sustainability Reporting*. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, *Sustainability Report* dapat didefinisikan sebagai laporan publik dimana perusahaan memberikan gambaran aktivitas dan posisi

perusahaan dalam aspek ekonomi, lingkungan dan sosial kepada *stakeholder* internal maupun eksternal.

CSR berkaitan sangat erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi ini bukan hanya tanggung jawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat. CSR pada awalnya hanya sebuah komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders*, dalam artian hanya sekedar kepentingan perusahaan belaka. Oleh karena itu, saat ini setiap perusahaan diwajibkan untuk bertanggung jawab atas kegiatan usahanya yang mempunyai dampak langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan tersebut melakukan aktivitas usahanya. Dampak positif dari pertanggungjawaban sosial perusahaan pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholder* dengan memperhatikan kualitas ke arah yang lebih baik.

2.1.13 Landasan Hukum

CSR sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN serta Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Undang-Undang No. 22 Tahun 2001 Tentang Minyak Dan Gas Bumi.

2.1.14 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Untung (2008) dalam Wijaya dkk (2016), CSR awalnya digunakan untuk mendongkrak citra perusahaan untuk mendapatkan pengakuan dalam melaksanakan kegiatan perusahaan dan mengelola usaha dengan cara melakukan kegiatan sosial masyarakat, kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memperbaiki hubungan antara *stakeholders*, karyawan dan perusahaan. Sedangkan menurut Hendrik (2008) manfaat yang didapat karena melakukan kegiatan CSR diantaranya :

- a. Mendongkrak reputasi perusahaan
- b. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
- c. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan
- d. Membuka peluang pasar yang lebih luas
- e. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*
- f. Mereduksi biaya
- g. Meningkatkan semangat karyawan
- h. Peluang untuk mendapatkan penghargaan
- i. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial

2.1.15 Prinsip – Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* telah dipaparkan oleh Brundtland (1987) dalam (Totok, 2014) sebagai berikut :

- a. Prinsip akuntabilitas, yang terkait dengan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.

- b. Prinsip perilaku etis berdasarkan prinsip-prinsip keadilan, kejujuran dan integritas.
- c. Prinsip penghormatan terhadap supremasi hukum, yang artinya perusahaan harus menerima bahwa penghormatan terhadap supremasi hukum adalah wajib dilakukan.
- d. Prinsip menghormati hak asasi manusia
- e. Prinsip menghormati kepentingan *stakeholder* dan harus menghormati, mempertimbangkan serta menanggapi setiap kepentingan para *stakeholders*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil Penelitian – Penelitian Terdahulu yang relevan :

| No | Judul | Jurnal Penerbit | Tahun | Hasil Penelitian |
|----|---|---|-------|---|
| 1 | Studi Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Peluang Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Indonesia | Suwarno, Ade Puspito, Nurul Qomariah, Universitas Muhammadiyah Jember | 2016 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap terhadap Nilai Perusahaan. |

| | | | | |
|---|--|--|------|--|
| 2 | <p>Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Transportasi Laut Di Bursa Efek Indonesia)</p> | <p>Ilham Thaib, Acong Dewantoro, Alumni Sekolah Pascasarjana, IKPIA Perbanas Jakarta</p> | 2017 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan transportasi laut umum 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal 3. Profitabilitas mempunyai pengaruh secara langsung yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan namun saat dimediasi oleh struktur modal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. 4. Profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal tidak berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan transportasi laut. |
| 3 | <p>Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi</p> | <p>Belia Dinar Nurfaza, Tieka Trikartika Gustyana,</p> | 2017 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. |

| | | | | |
|---|---|---|------|---|
| | Pada Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2011-2015) | S.E.,M.M , Aldila Iradianty S.E.,M.M, Universitas Telkom, E- Proceeding Of Management : Vol.4, No.3 Desember 2017 | | 2. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. |
| 4 | Pengaruh Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Nilai Perusahaan | Mirsha Amirah Inastri, Ni Putu Sri Harta Mimba, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.21.2.Nov ember (2017): 1400- 1429 | 2017 | 1. Penerapan GCG berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. 2. Pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. |
| 5 | Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan | Pritta Anindita, Retno Yuliaty, Universitas Prasetya Mulya | 2017 | 1. CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas, serta pengungkapan CSR juga mampu memoderasi |

| | | | | |
|---|--|---|------|--|
| | | | | <p>hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Profitabilitas secara parsial dapat memediasi hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan, serta profitabilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> |
| 6 | <p>Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan</p> | <p>Ni Kadek Dona Puspita Dewi, I Made Mertha, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, E-Jurnal Vol.22.3. Maret (2018): 2148-2176</p> | 2018 | <p>1. Profitabilitas yang diproksikan menggunakan ROA berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai perusahaan.</p> <p>2. Ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai perusahaan.</p> <p>3. Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap hubungan profitabilitas pada nilai perusahaan.</p> |

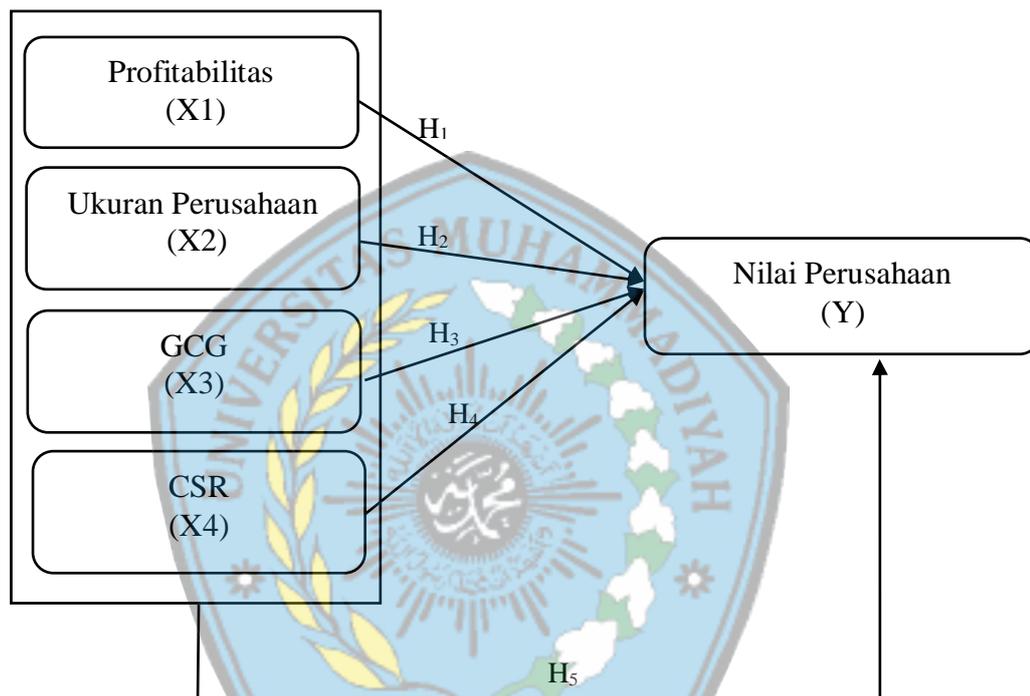
Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2018.

Kerangka pemikiran penelitian dapat dijelaskan dalam gambar berikut ini :



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesa penelitian atau biasa disebut hipotesis penelitian adalah jawaban sementara atau simpulan yang diambil untuk menjawab pertanyaan yang terdapat dalam penelitian. Hipotesis penelitian bertujuan untuk dijadikan acuan dalam menentukan langkah selanjutnya untuk membuat kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Brigham (2001) berpendapat bahwa profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian keputusan dan kebijakan manajemen, dimana keputusan dan kebijakan ini berhubungan dengan sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca perusahaan. Profitabilitas dikatakan baik apabila memenuhi target laba yang telah ditentukan. Profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa tingkat kinerja manajemen tersebut kurang baik. Penggunaan teori signal dalam profitabilitas berupa informasi ROA, tingkat pengembalian terhadap asset serta seberapa besar laba yang didapatkan perusahaan. Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan berupa laporan tahunan (*annual report*) akan memberikan sinyal kepada investor untuk mengetahui kondisi perusahaan yang bersangkutan, sebelum mengambil keputusan untuk menanamkan dananya. Berdasarkan teori signal profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Mertha (2018) serta Suwarno dkk (2016) bahwa profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan hipotesis adalah sebagai berikut :

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah gambaran keberhasilan perusahaan yang dapat tercermin dari total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala

perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik dari pihak internal maupun eksternal dari investor. Perusahaan yang berskala besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih untuk memenangkan persaingan. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat para investor karena akan berdampak terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Mertha (2018) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan hipotesis adalah sebagai berikut :

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) dalam Jojok (2009), *Good Corporate Governance* (GCG) adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pemilik perusahaan, pengelola perusahaan, manajemen, pemerintah, pihak kreditur, karyawan, para pemegang kepentingan internal dan eksternal yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka. Penerapan GCG yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan, mengurangi risiko, meningkatkan kinerja keuangan dan meningkatkan kepercayaan investor. Sebaliknya penerapan GCG yang buruk dapat menurunkan tingkat

kepercayaan para investor (Newel, 2002) Dalam teori keagenen terdapat hubungan antara pemilik (*principal*) dan manajemen sebagai (*agent*). Pemilik adalah pemegang saham dan agen pengelola adalah manajemen perusahaan. Pemegang saham berharap bahwa manajemen akan bertindak untuk kepentingan pemegang saham, sehingga mereka dapat mendelegasikan wewenang kepada manajemen. Dalam penelitian ini *Good Corporate Governance* diproyeksikan menggunakan kepemilikan manajerial. Manajer yang memiliki saham di perusahaan yang dipimpinnya cenderung memaksimalkan dan mengoptimalkan nilai saham perusahaan. Ini sejalan dengan kepentingan perusahaan yang mengharapkan nilai perusahaan tinggi jika nilai sahamnya tinggi. Kepemilikan manajerial dapat membatasi tindakan berlebihan manajer dalam perusahaan. Selain itu, jumlah kepemilikan saham juga dapat mempengaruhi tindakan manajer yang lebih aktif dalam mengelola perusahaan sehingga seiring berjalannya waktu nilai perusahaan akan meningkat. Manajer dengan kepemilikan saham yang tinggi akan cenderung melakukan perilaku yang menguntungkan perusahaan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyaningsih (2018), Sofyaningsih dan Pancawati (2011) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurfaza dkk (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan hipotesis adalah sebagai berikut :

H₃: *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Untung (2008) dalam Wijaya dkk (2016), CSR awalnya digunakan untuk mendongkrak citra perusahaan untuk mendapatkan pengakuan dalam melaksanakan kegiatan perusahaan dan mengelola usaha dengan cara melakukan kegiatan sosial masyarakat, kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memperbaiki hubungan antara *stakeholders*, karyawan dan perusahaan. Dampak positif dari pertanggungjawaban sosial perusahaan pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholder* dengan memperhatikan kualitas ke arah yang lebih baik. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2016) tanggung jawab sosial perusahaan berfokus pada tiga strategi. Strategi pertama yaitu proses penyaringan dana perusahaan, dampak negatif diwakili oleh industri tidak etis atau perusahaan yang ada di negara-negara yang tidak menghormati hak asasi manusia. Dampak positif mewakili perusahaan yang peduli dengan investasi pertanggung jawaban sosial. Strategi kedua mengumpulkan jaringan investor resiko iklim, jaringan ini mengumpulkan semua investor yang berani menghadapi resiko besar jika iklim berubah. Strategi ketiga adalah investor yang peduli pada investasi yang akan memperkuat dan menciptakan masa depan yang lebih baik bagi masyarakat. Ada banyak penelitian yang dilakukan pada CSR dan dampaknya terhadap nilai perusahaan, tetapi ada ketidakkonsistenan dalam temuan karena banyak yang membuktikan bahwa ada hubungan positif, sedangkan sisanya membuktikan hubungan netral atau negatif. Penelitian yang dilakukan oleh Anindita dan Yulainti (2017) serta Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian

yang dilakukan oleh Inastri dan Mimba (2018) yang mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan hipotesis adalah sebagai berikut :

H₄: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.5 Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian Dewi, Mertha (2018) serta Suwarno dkk (2016) menyatakan profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Mertha (2018) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurfaza dkk (2017) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Inastri, Mimba (2018) juga mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan hipotesis adalah sebagai berikut :

H₅: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.