



BAB II

KAJIAN PUSTAKA



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Landasan Teoritis

1. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource (Kotler dan Lee, 2005). Pertanggungjawaban sosial perusahaan didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum (Mc Williams dan Siegel, 2001). World Bank memberikan definisi bahwa *corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life, in ways that are both good for business and good for development*. *Corporate social responsibility* merupakan pengembangan konsep yang dikemukakan oleh “*a true green business guru*” yaitu John Elkington pada tahun 1997. Ia menciptakan prinsip yang esensial yaitu *The Triple Bottom Line*. Konsep ini mengemukakan fokus perusahaan agar berkelanjutan harus mengedepankan 3 aspek yaitu *people, planet, profit*.

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien (Hendriksen dan Widjajant, 1991:203). Pengungkapan CSR menjadi 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. Makin baik pengungkapan CSR yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dilakukan perusahaan, maka *stakeholder* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan (Putri dan Raharja, 2013).

C Hak cipta milik IBTKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Konsep *corporate social responsibility* ini berkaitan erat dengan 3 teori yaitu teori legitimasi, teori pemangku kepentingan dan teori sinyal. Berikut ini masing-masing teori akan dijelaskan lebih lanjut :

a. Teori Legitimasi

Teori ini dipandang sebagai gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Untuk diterima masyarakat, perusahaan harus mengungkapkan aktivitas sosial perusahaan sehingga menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Reverte, 2009 dalam Rosiana, Juliarsa, Sari 2013). Aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai *justice* dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk meligitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994 dalam Haniffa et al, 2005 dalam Sayekti, 2007). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994 dalam Haniffa et al, 2005, dalam Sayekti, 2007). Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat, maka sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen/ sama dengan harapan masyarakat (Retno dan Priantinah, 2012).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBTKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBTKKG.



b. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder merupakan sebuah kelompok yang dapat memberi dampak atau terkena dampak oleh kebijakan dan kegiatan yang dilakukan perusahaan. Teori ini menyatakan manajemen harus membuat formulasi dan mengimplementasikannya dimana hasilnya memuaskan *stakeholder*. Tugas utama dari proses ini adalah mengatur dan mengintegrasikan hubungan serta kepentingan dari para *shareholder*, karyawan, konsumen, *supplier*, komunitas agar menjamin kelangsungan jangka panjang perusahaan (Freeman, 1984). Teori ini menekankan mengenai akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan. Organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual melebihi atas permintaan/ kewajiban untuk memenuhi ekspektasi *stakeholder* (Agustine, 2014). Teori ini dipertimbangkan dengan menggunakan tiga pendekatan (Carrol, 1991; Good, 2002; Fontaine et al, 2006), yaitu pendekatan normatif, pendekatan deskriptif dan pendekatan instrumental, ini berhubungan dengan bagaimana (*how*), apa (*what*) dan dengan apa (*by what*) suatu perusahaan seharusnya berjalan dan dikonseptualisasikan. Dari sudut pandang ini, perusahaan akan berhasil berjalan dalam jangka waktu yang panjang jika manajer memperlakukan *stakeholder* sesuai dengan konsep *stakeholder*.

c. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori ini pada mulanya dikembangkan untuk mengklarifikasi asimetri informasi pada *labor market* (Spence, 1973), kemudian digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sukarela dalam laporan perusahaan (Ross, 1977). Menurut teori ini, dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal



disebabkan adanya asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal (Rosiana, Juliarsa, Sari 2013). Untuk mengurangi asimetri informasi, maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan adalah informasi CSR. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Ni Wayan Rustiarini, 2010 dalam Retno dan Priantinah, 2012).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum bila harga saham perusahaan meningkat (Fama, 1978). Nilai pasar dari saham perusahaan terbentuk antara pembeli dan penjual. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Nilai perusahaan dapat diukur dengan PBV (*Price Book Value*) yang merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. *Market/ book ratio* menyediakan *assessment* (penelusuran bukti) bagaimana investor melihat kinerja perusahaan. Rasio ini menghubungkan harga pasar suatu saham perusahaan dengan nilai bukunya (Gitman, 2012:83).



3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan keputusan, dimana digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan (Septiana dan Nur, 2012). Kamil dan Herusetya (2012) berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar, menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas. Secara teoritis, Kokubu et al (2001) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Ukuran profitabilitas berbagai macam yaitu laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/ aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan indikator *Return On Asset*. ROA mengukur kemampuan manajemen dalam menghasilkan pendapatan dari pengelolaan aset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA perusahaan, maka semakin baik (Gitman, 2012:81).

4. Efek Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Oliveira et al, 2005 dalam Karim et al, 2013 menyatakan bahwa ada berbagai alasan ketika perusahaan mengungkap informasi mengenai CSR. Pengungkapan informasi tersebut dapat digunakan oleh perusahaan untuk membangun *respectable image* dan meyakinkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan bermanfaat secara nilai sosial bagi masyarakat dengan maksud memelihara atau mendapatkan *social legitimacy* (Cuganesan et

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



al, 2007). Selain itu, keputusan perusahaan mengungkapkan informasi dari CSR dapat melemahkan posisi kompetitif dalam pasar produk (Lambert et al, 2006).



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Penelitian Terdahulu

Kusumadilaga (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating, hasilnya adalah CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Retno dan Priantinah (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol ukuran, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage*.

Rosiana, Juliarsa, Sari (2013) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian serupa yang dilakukan Erlinda (2014) juga menunjukkan adanya pengaruh positif dari CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan Agustine (2014), menunjukkan hasil bahwa CSR tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Agustina (2013) melakukan penelitian serupa dengan hasil profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Nurlela dan Islahuddin (2008) menunjukkan bahwa CSR, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara CSR dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Susanto dan Subekti (2013) meneliti tentang pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dan hasilnya pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016), menghasilkan penelitian *corporate social responsibility* secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dan I Ketut Mustanda	2016	Pengaruh profitabilitas dan <i>size</i> terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) secara signifikan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.
2	Ira Agustine	2014	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	1. CSR tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas sebagai variabel moderating berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.
3	Wahyu Dewi Erlinda	2014	Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating	Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

4	Priyatna Bagus Susanto dan Imam Subekti	2013	Pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan (pada perusahaan yang terdaftar di BEI)	Pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Silvia Agustina	2013	Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI)	1. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. 2. Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.
6	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa, Maria M. Ratna Sari	2013	Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi	1. Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
7	Reny Dyah Retno dan Denies Priantinah	2012	Pengaruh Good Corporate Governance dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan	Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
8	Rimba Kusumadilaga	2010	Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating	1. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.
9	Rika Nurlala dan Islahuddin	2008	Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating	CSR, kepemilikan manajemen, interaksi antara CSR dengan kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

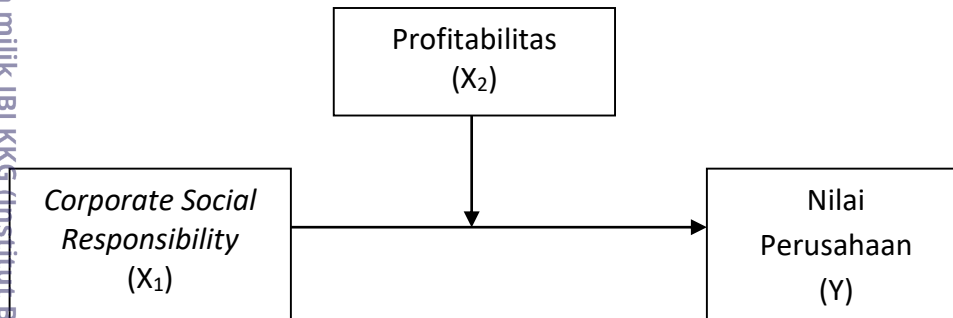
Sumber : Review Jurnal



C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka

variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



D. Hipotesis Penelitian

CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan walaupun profitabilitas tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Agustina (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(Erlinda, 2014). Namun, penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016) menunjukkan hasil CSR secara signifikan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis merumuskan hipotesis :

H₁ : Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian dari Rosiana, Juliarsa, Sari (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, penelitian Agustine (2014) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Berdasarkan kedua hasil penelitian di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Profitabilitas sebagai variabel moderating mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.