

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Stakeholder (*theory Stakeholder*)

Stakeholder merupakan pencapaian tujuan organisasi yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kelompok atau individu. Pengungkapan sosial dan lingkungan dipandang sebagai dialog antara perusahaan dan *stakeholder*. Alasan mengapa perusahaan harus memperhatikan kepentingan *stakeholder* yaitu karena kualitas hidup mereka dapat terganggu oleh isu lingkungan yang melibatkan kepentingan dari kelompok dan masyarakat, produk yang diperdagangkan dalam era globalisasi harus bersahabat dengan lingkungan, perusahaan yang memiliki kebijakan dan lingkungan akan membuat para investor untuk menanamkan modalnya. Tujuan dari *stakeholder* adalah meningkatkan nilai dan meminimalisir kerugian bagi *stakeholder* untuk menolong manajer koperasi (Rokhlinasari, 2016).

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan tentang keberlangsungan perusahaan yang tidak lepas dari peran *stakeholder* baik dari internal maupun eksternal yang berasal dari latarbelakang yang berbeda dengan setiap *stakeholder* yang ada, *corporate social responsibility* menjadi strategi untuk memenuhi kepentingan *stakeholder* untuk informasi non keuangan perusahaan yang berkaitan dengan dampak sosial dan lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan, semakin

baik *Corporate Social Responsibility* maka akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan yang penuh untuk perusahaan atas semua aktivitas yang tujuannya meningkatkan kinerja dan mencapai laba (Lindawati & Puspita, 2015). Teori *stakeholder* menekankan kepada perusahaan untuk mengetahui bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi perusahaan harus memberikan manfaat kepada *stakeholder* nya (Putri, 2017). Salah satunya dengan cara melakukan *Corporate Social Responsibility* sebagai strategi bisnisnya. Para *stakeholder* akan memberikan dukungan yang penuh kepada aktivitas perusahaan jika pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dilakukan dengan baik, sehingga tujuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan meningkatkan nilai laba dapat tercapai dan nilai perusahaan akan meningkat (Putri dan Raharja, 2013).

2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa entitas dalam menjalankan bisnisnya secara berkesinambungan telah mematuhi norma-norma yang berlaku di masyarakat dan aktivitasnya tersebut dapat diterima oleh pihak luar (dilegitimasi), sehingga entitas berupaya memperoleh persetujuan supaya terhindar dari sanksi. Adanya hubungan timbal balik antar dua pihak, yaitu perusahaan dengan lingkungan, sehingga legitimasi bermanfaat dan merupakan sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (Setiawan, 2016). Apabila perusahaan mampu mendapatkan legitimasi, maka perusahaan akan mendapat

dukungan dari masyarakat. Sebaliknya jika perusahaan kurang mendapatkan legitimasi, maka perusahaan akan kehilangan dukungan dari masyarakat. Pelaksanaan dalam upaya memperbaiki kinerja lingkungan merupakan bentuk usaha perusahaan dalam menyeimbangkan norma yang berlaku di perusahaan dengan norma yang berlaku di masyarakat. Pelaksanaan kinerja lingkungan juga dapat membuktikan bahwa perusahaan telah berkontribusi kepada lingkungan hidup yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

3. Teori keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut (Jensen dan Meckling, 1976). Menurut Brigham & Houston (2006) para manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham, untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*).

Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Hubungan utama *agency* dalam bisnis adalah mereka (antara

pemegang saham dan manajer) dan (antara *debtholders* dan pemegang saham). Teori keagenan berkaitan dengan konflik *agency*, atau konflik kepentingan antara agen dan pelaku.

Salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk mengurangi konflik keagenan yaitu melalui profitabilitas, karena semakin bertambahnya laba pada suatu perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan dan akan meminimalisir konflik keagenan pada perusahaan.

1) Nilai Perusahaan

Menurut Noeriawan (2012) nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini. Nilai perusahaan yang tinggi tidak diperoleh dengan singkat, namun harus melalui tahapan yang sama sampai perusahaan itu dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat, maka perusahaan akan dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan, sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan (Nahda & Harjito, 2011).

Nilai perusahaan (*company value*) merupakan sebuah nilai yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar "Tingkat Kepentingan" sebuah perusahaan dilihat dari sudut pandang beberapa pihak seperti para investor yang mengaitkan nilai sebuah perusahaan dari harga sahamnya (Gultom, dkk 2013). Menurut Setianingrum, (2013) Keinginan para

investor adalah nilai perusahaan yang tinggi. Karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan pencapaian perusahaan dalam memakmurkan para pemegang saham (Setianingrum, 2013). Menurut Harmono (2017) indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan :

1. PBV (Price Book Value)

Price book value merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kekayaan pemegang saham.

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar saham perlembar saham}}{\text{Nilai buku per saham}}$$

2. PER (Price Earning Ratio)

Price Earning Ratio adalah harga per lembar saham, indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan laba rugi bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earning (Harmono, 2015).

$$PER = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

3. EPS (*Earning Per Share*)

Earning Per Share atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki (Fahmi, 2014).

$$EPS = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Jumlah lembar saham beredar}}$$

4. Tobin's Q

Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston dan Copeland, 2001). Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

$$Tobin's Q = \frac{(EMV + D)}{(TA)}$$

2) *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada pihak-pihak yang memiliki hubungan atau berkepentingan dengan perusahaan yang meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* timbul akibat dari keberadaan perusahaan yang di dalam aktivitasnya di sekitar lingkungan yang mempunyai banyak manfaat tetapi juga dapat menimbulkan banyak dampak negatif yang dirasakan masyarakat sekitar perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility juga merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi yang berkelanjutan dengan cara memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan itu dan mengutamakan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang disebut *triple bottom line*. Sebagai salah satu prinsip dalam akuntansi keuangan, pengungkapan (*disclosure*) merupakan penyajian sejumlah informasi yang diberikan untuk pengoperasian pasar modal secara optimal dan efisien (Wibowo, 2012).

Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga seharusnya memperhatikan lingkungan hidup maupun lingkungan sosial. Dengan kata lain, perusahaan harus berorientasi pada konsep *triple bottom line*, yaitu meliputi keuangan (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*). Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan

hidup dan lingkungan sosial sudah diatur di dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

3) Kinerja Lingkungan

Menurut Sulistiawati dan Dirgantari (2017) kinerja lingkungan adalah suatu upaya perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik dan melestarikan lingkungan. Kinerja lingkungan diharapkan dapat menjadi informasi sosial yang bernilai tambah yang dapat mempengaruhi persepsi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Bahri & Cahyani, 2017). Penilaian kinerja lingkungan diukur dengan penilaian peringkat PROPER yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Tujuan dari penilaian tersebut adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam pelestarian di bidang lingkungan. Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) merupakan salah satu upaya Kementerian Lingkungan Hidup untuk mendorong perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui pengungkapan informasi (Lingga & Wirakusuma, 2019).

Program ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk menaati

peraturan perundang-undangan dan menerapkan cleaner production (www.menlh.go.id). Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup lima peringkat warna yaitu emas, hijau, biru, merah, dan hitam. Perusahaan dengan perolehan peringkat PROPER yang baik, merupakan hal positif yang dapat direspon oleh investor atau calon investor (Lingga & Wirakusuma, 2019). Hal tersebut karena perusahaan dianggap telah melakukan pengelolaan lingkungan dengan baik dan secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi barang dan jasa. Kondisi ini diduga dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan melalui kenaikan harga saham.

4) Profitabilitas

Menurut Puspita, N. S. (2011) profitabilitas adalah pengukuran terhadap kemampuan menghasilkan laba yang dilakukan oleh perusahaan, dalam hal ini pihak manajemen untuk mengevaluasi tingkat earning dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva, dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan. Profitabilitas dinilai sangat penting, untuk melangsungkan hidupnya suatu perusahaan dalam keadaan yang menguntungkan. Menurut Hanafi & Halim, (2016) profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio :

1. Return On Asset (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang dihasilkan dalam perusahaan. Serta ROA juga mengukur tentang efektivitas manajemen dalam mengelola asetnya (Hanafi & Halim, 2016).

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

2. Return On Equity (ROE) adalah rasio untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini juga menunjukkan efisiensi modal sendiri (Hanafi & Halim, 2016).

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total eluitas}}$$

3. Laba bersih perlembar saham adalah rasio yang menunjukkan apabila rasio rendah, hal tersebut mencerminkan manajemen belum berhasil dalam memuaskan pemegang saham. Sebaliknya apabila rasio tinggi maka kesejahteraan pemegang saham meningkat (Hanafi & halim, 2016).

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak} - \text{deviden saham preferen}}{\text{Jumlah saham biasa yang beredar}}$$

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Lingkungan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan sebagai berikut :

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Variabel (X)	Variabel (Y)	Hasil Penelitian
1.	Windya dan Erna (2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) - Kinerja Lingkungan 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. - Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2.	Pohan dkk (2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh pengungkapan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. - Ukuran perusahaan dapat dapat memperkuat pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan
3.	Sawitri (2017)	- Akuntansi Lingkungan	-Nilai Perusahaan	- Pengungkapan akuntansi

		- Kinerja Lingkungan		lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4.	Ananto dan Sri (2018)	- Kebijakan Dividen - Likuiditas - Profitabilitas - Leverage	-Nilai Perusahaan	- Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perbankan. - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perbankan. - Leverage berpengaruh Positif terhadap nilai perusahaan perbankan.
5.	Grandy. T. Dkk (2016)	- Profitabilitas - Keputusan Investasi - Keputusan Pendanaan	-Nilai Perusahaan	- Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan - Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan - Keputusan Pendanaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

6.	Kadek dan Gede (2017)	<ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan Institusional - Kepemilikan Manajerial - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7.	Ayu dan Suarjaya (2017)	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
8.	Wahyuni S. F., (2018)	<ul style="list-style-type: none"> - CSR - Profitabilitas 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Corporate Social Responsibility Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan - Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan
9.	Putra dan Wirakusuma (2017)	<ul style="list-style-type: none"> - CSR 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
10.	Isna Ardila (2017)	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - Kinerja Lingkungan 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap

				nilai perusahaan.
11.	Sustari Alamsyah (2017)	- Profitabilitas	-Nilai Perusahaan	- Profitabilitas berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan
12.	Bayu dan Panji (2015)	- Profitabilitas	-Nilai Perusahaan	- Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
13.	Reny dan Denies (2012)	- <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	-Nilai Perusahaan	- <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan - <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan - <i>Good Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
14.	Febrina dan Lintang (2014)	- Kepemilikan Manajerial - Kepemilikan Instiusional - Leverage - Firm Size - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	-Nilai Perusahaan	- Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kepemilikan instiusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Leverage berpengaruh terhadap nilai

				<p>perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Firm Size berpengaruh terhadap nilai perusahaan - <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan
15.	Wirawati, dkk (2020)	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan - Leverage - Pengungkapan Lingkungan - Kinerja Lingkungan 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. - Leverage perusahaan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. - Pengungkapan lingkungan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. - Kinerja lingkungan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.
16.	Nikki dan Andi (2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> - Tax Avoidance 	-Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Tax Avoidance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
17.	Tjahjono, M. E. S., (2013)	- Kinerja lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> -Nilai Perusahaan - Kinerja keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan - Kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

				<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Kinerja lingkungan melalui kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
18.	Rahmantari N. L. dkk (2019)	- <i>Corporate Social Responsibility</i>	- <i>Company Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> significant positive effect on <i>Company Values</i> on Pharmaceutical Companies listed on the Indonesia Stock Exchange. - Size of an influential company significant positive effect on <i>Company Values</i> on Pharmaceutical Companies listed on the Indonesia Stock Exchange. H3 :Profitability has a positive effect significant value of the Company in Pharmaceutical Companies listed on the Indonesia Stock Exchange. - Company size moderates the relationship of <i>Corporate Social Responsibility</i> to <i>Company Values</i> in Pharmaceutical Companies listed on the Indonesia Stock Exchange. - Profitability

				moderates relationships Corporate Social Responsibility for Corporate Values in Pharmaceutical Companies listed on the Indonesia Stock Exchange.
19.	Khasanah E. M. dan Oswari T. (2018)	- Environmental Performance	- <i>Company Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Environmental performance has significant effect on company value - Environmental performance has significant effect on financial performance - Financial performance has significant effect on company value - Environmental performance has significant effect on company value with financial performance as intervening variable.

C. Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan investasi disuatu perusahaan ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh para investor. Para investor akan menilai bahwa suatu perusahaan dikatakan baik jika dilihat dari nilai perusahaan. Menurut Ika dan Shidiq (2013) nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang

tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas. Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate social responsibility*. Menurut Mulyadi dan Yunita, (2012) adalah *corporate social responsibility* (CSR) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk sukarela memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*. Konsep dari *corporate social responsibility* (CSR) itu sendiri melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial. Banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR, yaitu dapat meningkatkan penjualan dan market share, menunjukkan brand positioning, meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor serta analisis keuangan (Cheng, dkk 2011).

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kinerja lingkungan. Menurut Ariefiara & Venusita (2017) kinerja lingkungan adalah hasil yang didapat perusahaan dari usaha pelestarian lingkungan dan pemenuhan tanggung jawab terhadap lingkungan. Dengan demikian, Kinerja lingkungan

merupakan kinerja perusahaan yang berfokus pada kegiatan perusahaan dalam melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Dalam penelitian ini kinerja lingkungan merupakan variabel independen yang akan diprosikan dengan hasil pemerinkatan PROPER yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup.

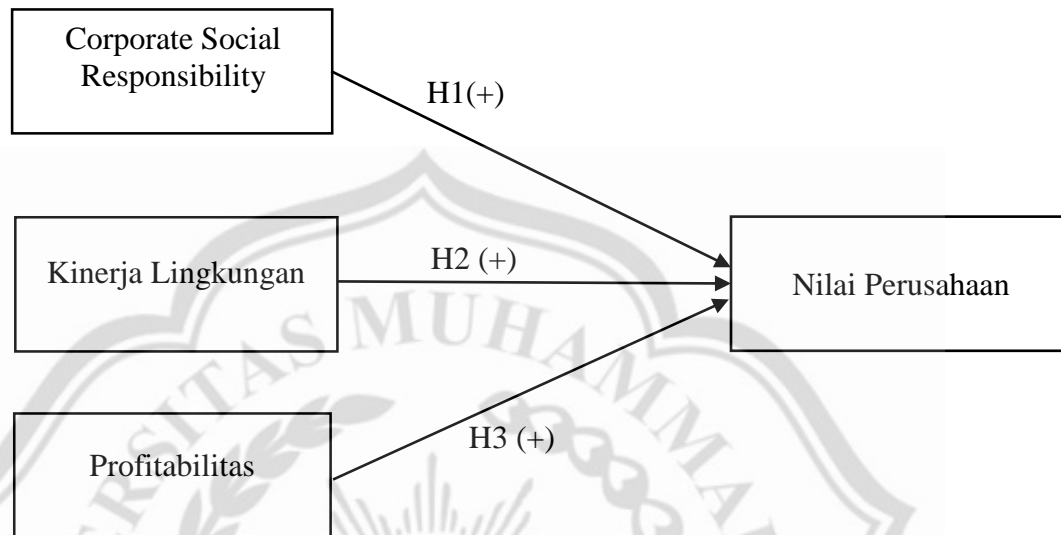
Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Menurut Kasmir (2014) profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga investor akan merespon positif dan harga saham akan meningkat. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang di investasikan oleh para pemegang saham dan profitabilitas juga mencerminkan pembagian laba yang menjadi haknya yaitu seberapa banyak dana yang di investasikan kembali dan seberapa banyak yang dibayarkan sebagai dividen tunai ataupun dividen saham kepada para pemilik saham (Jusriaini dan Rahardjo, 2013).

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran

Variabel Independen

Variabel Dependen



D. Pengembangan Hipotesis

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian tersebut telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasari oleh teori yang relevan, dan belum didasari oleh fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, teori, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel dan kerangka pemikiran maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan

Menurut Risa, dkk. (2011) tanggungjawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah kontribusi perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar atas keuntungan atau profit yang didapat perusahaan yang

berasal dari aktivitas bisnis. Dalam aktivitas bisnis tersebut perusahaan sering kali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial bagi masyarakat sekitar yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan (Hidayat, 2016). Apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosial sesuai aturan yang ditetapkan, perusahaan akan dapat meminimalisir klaim dari masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan citra dan nilai perusahaan yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi.

Menurut Kadek & Gede (2017), Putra dan Wirakusuma(2017), dan Reny & Denies (2012) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Rresponsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Rakhiemah dan Agustia, (2009) bahwa kinerja lingkungan yang baik akan menyebabkan perusahaan banyak mengungkapkan kegiatan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan lingkungan dalam jangka panjang, hal itu akan mempengaruhi pertumbuhan nilai perusahaan yang menjadikan nilai perusahaan bertumbuh secara lambat bahkan tidak ada pertumbuhan. Upaya untuk mendukung pelaksanaan tanggungjawab lingkungan yang dilakukan perusahaan di Indonesia, pada tahun 2002 pemerintah bersama dengan Kementerian Lingkungan Hidup meluncurkan Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER) yang

merupakan salah satu upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi dengan melibatkan masyarakat secara aktif (Rakhiemah dan Agustia, 2009).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sawitri (2017), Tjahjono (2013), dan Windia dan Erna (2020) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan, 2016). Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Fahmi, 2013).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bayu dan Panji (2015), Ayu dan Suarjaya (2017), dan Ananto & Sri (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.