

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

1.1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dari suatu penelitian sering disebut juga sebagai studi literatur atau tinjauan pustaka. Studi literatur merupakan ringkasan tertulis dari jurnal, artikel, buku-buku, dan dokumen lain, yang berisi tentang uraian masa lalu atau sekarang yang relevan dengan judul penelitian. Melalui kajian teori akan diperoleh kesimpulan-kesimpulan atau pendapat-pendapat para ahli, yang akan sangat berguna sebagai dasar penelitian. Kajian pustaka ini diperlukan agar penelitian yang dilakukan mempunyai dasar yang kokoh. Adanya kajian pustaka ini mencirikan bahwa penelitian itu merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data. (Sugiyono, 2013)

1.1.1. Manajemen

Definisi manajemen telah berkembang sedemikian rupa sehingga akan dijumpai variasi definisi manajemen. Manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi untuk mencapai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan (Stoner, Freeman, & Gilbert Jr, 2013). Dapat pula dikatakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni, yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap kinerja organisasi dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi. Menurut kamus Microsoft Encarta

(2009) istilah manajemen dari kata *management* (dari bahasa Inggris) mempunyai beberapa makna yaitu:

1. *Administration of business*, yakni pengorganisasian dan pengontrolan mengenai urusan bisnis atau bagian dari bisnis.
2. *Managers as group*, yakni kolektivitas manajer dan pegawai (pekerja), terutama sekali jajaran para direktur dan eksekutif dari suatu perusahaan atau organisasi.
3. *Handling of something successfully*, yaitu menangani suatu urusan dengan berhasil, terutama mengendalikan sesuatu dengan berhasil.
4. *Skill in handling or using something*, yakni keahlian menangani (mengelola) atau memanfaatkan sumber daya tertentu.

Dari keempat pengertian di atas, semuanya masih tergolong sangat umum, yaitu sekitar administrasi bisnis, hubungan kolektivitas manajer dan pegawainya (Sudaryono, 2017).

Manajemen merupakan alat untuk pencapaian tujuan yang diinginkan perusahaan. Manajemen yang tepat akan memudahkan terwujudnya tujuan, visi dan misi perusahaan. Untuk dapat mewujudkan itu semua perlu dilakukan proses pengaturan semua unsur-unsur manajemen yang terdiri dari *man, money, method, materials, machines* dan *market* (6M).

Pengertian manajemen menurut James A.F Stoner, yang dialih bahasakan oleh T. Hani Handoko adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan

organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

1.1.2. Manajemen Keuangan

Keuangan memiliki ruang lingkup yang luas dan dinamis. Keuangan dapat berpengaruh secara langsung terhadap kehidupan manusia dan organisasi, untuk dapat memperoleh laba dalam melakukan suatu usaha diperlukan keuangan yang optimal untuk dapat berjalan dengan baik sehingga untuk dapat mengoptimalkan keuangan perusahaan diperlukan manajemen yang baik. Manajemen keuangan memainkan peranan penting dalam perkembangan sebuah perusahaan. Manajemen keuangan dalam penerapannya tidak dapat berdiri sendiri selalu berkaitan erat dengan berbagai disiplin ilmu yang lain.

Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan (Fahmi, 2015). Menurut Agus Sartono (2010) Manajemen keuangan dapat diartikan sebagai manajemen dana, baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembiayaan investasi atau pembelanjaan secara efisien. Sedangkan menurut Agus Harjito dan

Martono (2010) mengemukakan bahwa manajemen keuangan adalah segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana, dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Manajemen keuangan yang efisien membutuhkan tujuan dan sasaran yang digunakan sebagai standar dalam memberikan penilaian tingkat efisien untuk menentukan keputusan keuangan. Untuk dapat mengambil keputusan-keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu menentukan tujuan yang harus dicapai. Keputusan yang benar adalah keputusan yang akan membantu mencapai tujuan tersebut. Keputusan yang diambil haruslah dengan prinsip memaksimalkan nilai perusahaan, yang identik dengan memaksimalkan laba, serta meminimumkan tingkat risiko. Agar keseimbangan tersebut dapat diperoleh, maka perusahaan harus melakukan pengawasan yang ketat terhadap aliran dana.

Ada beberapa tujuan manajemen keuangan menurut Irham Fahmi (2015) yaitu:

- a. Memaksimalkan nilai perusahaan;
- b. Menjaga stabilitas finansial dalam keadaan yang selalu terkendali; dan
- c. Memperkecil risiko perusahaan di masa sekarang dan yang akan datang.

Dari tiga tujuan ini yang paling utama adalah yang pertama yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Pemahaman memaksimalkan nilai perusahaan adalah bagaimana pihak manajemen perusahaan mampu memberikan nilai yang maksimum pada saat perusahaan tersebut masuk ke pasar.

Menurut Irawati (2006) adalah untuk memaksimalkan profit atau keuntungan dan meminimalkan biaya (*expense* atau *cost*) guna mendapatkan suatu pengambilan keputusan yang maksimum, dalam menjalankan perusahaan kearah perkembangan dan perusahaan yang berjalan atau *survive* dan *expantion*.

Ilmu manajemen keuangan berfungsi sebagai pedoman bagi manajer perusahaan dalam setiap pengambilan keputusan yang dilakukan. Fungsi utama dalam manajemen keuangan menurut Irawati (2006) terdiri dari tiga keputusan utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu:

1. Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah keputusan yang diambil oleh manajer keuangan dalam pengalokasian dana kedalam bentuk investasi yang dapat menghasilkan laba di masa yang akan datang.

2. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan adalah keputusan manajemen keuangan dalam melakukan pertimbangan dan analisis perpaduan antar sumber-sumber dana yang paling ekonomis bagi perusahaan untuk mendanai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan operasional perusahaannya. Keputusan pendanaan akan tercermin dalam sisi pasiva perusahaan, dengan melihat jangka pendek dan jangka panjang.

3. Keputusan Dividen

Keputusan dividen bagian dari keuntungan suatu perusahaan dibayarkan kepada pemegang saham. Keputusan dividen adalah keputusan manajemen keuangan dalam menentukan besarnya proporsi laba yang akan dibagikan

kepada para pemegang saham dan proporsi yang akan disimpan di perusahaan sebagai laba ditahan untuk pertumbuhan perusahaan.

Fungsi manajemen keuangan adalah salah satu fungsi utama yang sangat penting dalam perusahaan, disamping fungsi-fungsi yang lainnya yaitu fungsi pemasaran, sumber daya manusia, dan operasional. Walaupun dalam pelaksanaannya keempat fungsi-fungsi tersebut saling berhubungan dengan yang lainnya.

1.1.3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini di tunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2014). Menurut Heinze (1976) dalam Rimba (2010) Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman & Haire, 1976 dan Preston, 1978, Hackston & Milne, 1996 dalam Rimba, 2010). Setiap perusahaan mengharapkan mendapatkan profit atau laba yang maksimal. Profit dalam kegiatan operasional perusahaan

merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menciptakan laba yang berasal dari pembiayaan yang dilakukan, kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar (*survive*), dan kemampuan perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usaha (*developt*).

Salah satu alat untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba atau profit yang optimal melalui semua kemampuan dari semua sumber yang ada seperti kegiatan penjualan. Profitabilitas merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena disamping dapat menilai efisiensi kinerja, juga merupakan alat untuk meramal laba pada masa yang akan datang dan merupakan alat pengendalian bagi manajemen. Manajemen dapat mengambil dan menentukan langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan profitabilitas pada masa yang akan datang.

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) akan menunjukkan kombinasi efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil-hasil operasi (Brigham & Houston, 2011). Sedangkan menurut Harahap (2009) rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Berdasarkan beberapa pengertian mengenai profitabilitas, dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan

menggunakan kemampuan dan berbagai sumber yang dimiliki perusahaan. Menurut Petronila dan Mukhlisin (2003) dalam Rimba (2010) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Dalam Rimba (2010) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Semakin bagus rasio profitabilitas maka akan semakin bagus pula nilai perusahaan dimata investor. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Jenis-jenis rasio profitabilitas yaitu *Return On Equity* (ROE), *Return On Assets* (ROA), *Return On Investment* (ROI), *Net Profit Margin* (NPM), *Gross Profit Margin*, *Operating Ratio* dan *Earning Per Share* (EPS).

1. *Return on Equity*

Return on equity merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak

dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rasio ini menunjukkan berapa persen laba bersih yang diperoleh perusahaan atas modal yang diinvestasikannya. Semakin besar rasio ini menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh penghasilan (Kasmir, 2014). Untuk mengetahui ROE dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$$

2. *Return on Assets*

Return on assets merupakan ukuran kemampuan perusahaan dengan menghasilkan laba dengan semua aset yang dimiliki oleh perusahaan (Sutrisno, 2009). Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh hasil usaha dengan memanfaatkan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aset untuk operasi perusahaan sehingga menghasilkan keuntungan. ROA dapat membantu manajen dan investor untuk melihat seberapa baik suatu perusahaan mampu mengkonversi investasinya pada aset menjadi keuntungan atau laba. ROA ini lebih tepat digunakan untuk membandingkan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama atau untuk membandingkan kinerja perusahaan dari satu periode dengan periode berikutnya. Semakin tinggi rasio ROA maka kondisi keuangannya semakin bagus. Untuk mengetahui ROA dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Average Total Assets}}$$

3. *Return on Investment*

Return on investment mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengatur aktiva-aktivasnya seoptimal mungkin sehingga dicapai laba bersih yang diinginkan. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dengan jumlah aktiva yang digunakan dalam operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Rasio ini menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil rasio ini semakin tidak baik, demikian juga sebaliknya. Untuk mengetahui ROI dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Average Total Assets}}$$

4. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Untuk mengetahui NPM dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Sales}}$$

5. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin mencerminkan mark-up terhadap harga pokok penjualan dan kemampuan manajemen untuk meminimalisasi harga pokok penjualan

dalam hubungan dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas dalam ukuran *gross profit margin* yang dimaksud adalah rasio penjualan setelah dikurangi harga pokok penjualan (*cost of goods sold*) dengan nilai penjualan bersih perusahaan. Rasio ini memberitahu kita laba dari perusahaan yang berhubungan dengan penjualan, setelah kita mengurangi biaya untuk memproduksi barang yang dijual. Rasio tersebut merupakan pengukur efisiensi operasi perusahaan, serta merupakan indikasi dari cara produk ditetapkan harganya. Untuk mengetahui *gross profit margin* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Net Sales}}$$

6. *Operating Ratio*

Operating ratio menunjukkan berapa biaya yang dikorbankan dalam penjualan atau berapa presentase biaya yang dikeluarkan dalam penjualan. *Operating ratio* mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan sehingga rasio yang tinggi menunjukkan keadaan yang kurang baik karena berarti bahwa setiap rupiah penjualan yang terserap dalam biaya juga tinggi, dan yang tersedia untuk laba kecil. Untuk mengetahui *operating ratio* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Operating Ratio} = \frac{\text{Operating Expenses}}{\text{Net Sales}}$$

7. *Earning Per Share*

Angka yang ditunjukkan EPS sering dipublikasikan mengenai performance

perusahaan yang menjual sahamnya kepada masyarakat luas (*go public*), karena investor maupun calon investor berpandangan bahwa EPS mengandung informasi yang penting untuk memprediksi mengenai besarnya dividen persaham dikemudian hari dan tingkat pengembalian saham dikemudian hari, serta EPS juga relevan untuk menilai efektivitas manajemen dan kebijakan pembagian dividen. Untuk mengetahui EPS dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi ROA. ROA merupakan ukuran kemampuan perusahaan dengan menghasilkan laba dengan semua aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh hasil usaha dengan memanfaatkan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aset untuk operasi perusahaan sehingga menghasilkan keuntungan.

1.1.4. Solvabilitas

Solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiaya dengan utang. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (Kasmir, 2014). Rasio ini disebut juga Rasio *leverage*. Rasio *leverage* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam

membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban – kewajibannya apabila perusahaan di likuidasi. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuidasi (Kasmir, 2008). Rasio ini merupakan perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva diketahui. Rasio ini menunjukkan berapa bagian dari keseluruhan aktiva yang dibiayai oleh hutang. Suatu perusahaan yang solvable belum tentu likuid dan sebaliknya sebuah perusahaan yang insolvable belum tentu likuid.

Rasio ini mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori utang ekstrem (*extreme leverage*) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itulah sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang (Fahmi, 2015). Biasanya penggunaan rasio solvabilitas atau *leverage* disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Semakin kecil rasio solvabilitas maka semakin bagus nilai perusahaan dimata investor. Jenis-jenis rasio solvabilitas yaitu Debt to Equity Ratio (DAR), Debt to Assets Ratio (DAR), *Long Term Debt to Equity Ratio*, *Times Interest Earnes Ratio*, *Tangible Assets Debt Coverage*, Dan *Current Liabilities to Net Worth*.

1. *Debt to Equity Ratio*

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini di cari dengan cara membandingkan sseluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang. Rasio ini juga memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan. Untuk mengetahui DER dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Utang}}{\text{Ekuitas}}$$

2. *Debt to Assets Ratio*

Rasio ini merupakan perbandingan antara utang lancar dan utang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva diketahui. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang atau seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rasio ini menekankan pada peran penting pendanaan utang bagi perusahaan dengan menunjukkan presentase aset perusahaan yang didukung pendanaan utang. Semakin tinggi rasio utang terhadap total aset, semakin besar resiko keuangannya. Semakin rendah rasio ini, maka akan semakin rendah resiko keuangannya. Untuk mengetahui DAR dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Utang}}{\text{Aset}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Long term debt to equity ratio merupakan rasio antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang jangka panjang dengan cara membandingkan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan. Untuk mengetahui long term debt to equity dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Long Term Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}}$$

4. *Times Interest Earned Ratio*

Rasio ini menunjukkan besarnya jaminan keuntungan untuk membayar bunga hutang jangka panjang. Untuk mengetahui *times interest earned ratio* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Times Interest Earned Ratio} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Interest Expense}}$$

5. *Tangible Assets Debt Coverage*

Rasio ini digunakan untuk mengetahui antara aktiva tetap berwujud dengan hutang jangka panjang, artinya rasio ini menunjukkan setiap rupiah aktiva berwujud yang digunakan untuk menjamin hutang jangka panjangnya. Rasio ini juga menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mencari pinjaman baru dengan jaminan aktiva tetap yang ada. Semakin tinggi rasio ini semakin besar jaminan yang ada dan kreditur jangka panjang semakin aman atau terjamin dan semakin besar kemampuan perusahaan untuk mencari pinjaman. Untuk

mengetahui *tangible assets debt coverage* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tangible Assets Debt Coverage} = \frac{\text{Net Tangible Assets}}{\text{Total Debt}}$$

6. *Current Liabilities to Net Worth*

Rasio ini merupakan rasio antara hutang lancar dengan modal sendiri. Tujuan dari rasio ini adalah untuk mengetahui seberapa besar bagian dari modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang lancar. Semakin kecil rasio ini semakin baik sebab modal sendiri yang ada diperusahaan semakin besar untuk menjamin hutang lancar yang ada pada perusahaan. Batas yang paling rendah dari rasio ini adalah 100% atau 1:1. Untuk mengetahui *current liabilities to net worth* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current Liabilities to Net Worth} = \frac{\text{Current Liabilities}}{\text{Net Worth}}$$

Pengukuran solvabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi DER. DER merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang. Rasio ini juga memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan.

1.1.5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi

membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan asar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Menurut Suharli (2007), dalam penilaian perusahaan mengandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan dan *judgement*. Nilai dari perusahaan bergantung tidak hanya pada kemampuan menghasilkan arus kas, tetapi juga bergantung pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan yang diambil alih. Beberapa variabel kuantitatif yang sering digunakan untuk memperkirakan nilai perusahaan sebagai berikut (Keown, 2000):

1. Nilai Buku

Nilai buku per lembar saham (BVS) digunakan untuk mengukur nilai shareholders equity atas setiap saham, dan besarnya nilai BVS dihitung dengan cara membagi total shareholders equity dengan jumlah saham yang beredar. Adapun komponen dari shareholders equity yaitu agio saham (paidup capital in excess of par value) dan laba ditahan (retained earning).

2. Nilai Appraisal

Nilai appraisal suatu perusahaan dapat diperoleh dari perusahaan appraisal independent. Teknik yang digunakan oleh perusahaan appraisal sangat beragam, bagaimanapun nilai ini sering dihubungkan dengan biaya penempatan. Metode analisis ini sering tidak mencukupi dengan sendirinya karena nilai aktiva individual mempunyai hubungan yang kecil dengan kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam kegunaan dalam menghasilkan earnings dan kemudian nilai going concern dari suatu perusahaan. Nilai appraisal juga akan berguna dalam situasi tertentu seperti dalam perusahaan keuangan, perusahaan sumber daya alam atau bagi suatu organisasi yang beroperasi dalam keadaan rugi.

3. Nilai Pasar Saham

Nilai pasar saham sebagaimana dinyatakan dalam kuotasi pasar modal adalah pendekatan lain untuk memperkirakan nilai bersih dari suatu bisnis. Apabila saham didaftarkan dalam bursa sekuritas utama dan secara luas diperdagangkan, sebuah nilai pendekatan dapat dibangun berdasarkan nilai pasar. Pendekatan nilai pasar adalah salah satu yang paling sering

dipergunakan dalam menilai perusahaan besar. Bagaimanapun nilai ini dapat berubah secara cepat. Faktor analisis berkompetisi dengan pengaruh spekulatif murni dan berhubungan dengan sentimen masyarakat dan keputusan pribadi.

4. Nilai “*Chop-Shop*”

Pendekatan “*Chop-Shop*” untuk mengidentifikasi perusahaan multi industry yang dibawah nilai akan bernilai lebih apabila dipisahkan menjadi bagian-bagian. Pendekatan ini mengkonseptualisasikan praktik penekanan untuk membeli aktiva di bawah harga penempatan mereka.

5. Nilai Arus Kas

Pendekatan arus kas untuk penilaian dimaksudkan agar dapat mengestimasi arus kas bersih yang tersedia untuk perusahaan yang menawarkan sebagai hasil merger atau akuisisi. Nilai sekarang dari arus kas ini kemudian akan ditentukan dan akan menjadi jumlah maksimum yang harus dibayar oleh perusahaan yang ditargetkan. Pembayaran awal kemudian dapat dikurangi untuk menghitung nilai bersih sekarang dari merger. Sedangkan menurut Hartono (2000) terdapat tiga jenis penilaian yang berhubungan dengan saham, yaitu nilai buku (*book value*), nilai pasar (*market value*) dan nilai intrinsik (*intrinsic value*). Nilai buku merupakan nilai saham menurut pembukuan emiten. Nilai pasar merupakan pembukuan nilai saham di pasar saham dan nilai intrinsik merupakan nilai sebenarnya dari saham.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio penilaian. Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk

membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Berikut ini beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan:

1. *Price Earning Ratio*

Price earning ratio (PER) digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham. Kegunaan PER adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. PER menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*. PER berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Untuk mengetahui PER dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

2. *Price Book Value*

Price book value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai di atas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relative dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. Untuk mengetahui PBV dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{EMV}}{\text{EBV} - \text{D}}$$

3. *Tobin's Q*

Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. 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.

Untuk mengetahui *Tobin's Q* dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Q = \frac{\text{EMV}}{\text{EBV} - \text{D}}$$

Keterangan:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

Pengukuran Nilai Perusahaan dalam penelitian ini menggunakan proksi *Price Book Value* (PBV). PBV merupakan persepsi investor terhadap tingkat

keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham . PBV menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

1.1.6. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) atau pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Kusumadilaga, 2010)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau pertanggungjawaban sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan 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.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA,

2004 dalam Rimba, 2006). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Menurut Martin Freedman, dalam Henny dan Murtanto (2001) dalam Kuntari dan Sulistyani (2007), 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-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 oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

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

- a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang

komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

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

c. *Program Management Approach*

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

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan 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 perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa.

Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Gray, *et al.*, dalam Florence, *et al.*, 2004 menyebutkan ada tiga studi, yaitu:

a. *Decision Usefulness Studies*

Belkaoui (1989) dalam Rimba (2010) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Para analis, *banker* dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dinilai selama ini, namun juga informasi yang lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi.

b. *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau tradisional *users* lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

c. *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholder*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi

perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*.

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela (*voluntary*), belum diaudit (*unaudit*), dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu (*unregulated*). Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*).

Global Reporting Initiative (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar (2008), peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu: ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Praktik Tenaga Kerja dan Pekerjaan Yang Layak
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Kemasyarakatan/ Sosial

6. Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan *CSR disclosure index/CSRDI* berdasarkan GRI G4 yang berlaku sampai dengan saat ini seperti yang digunakan Nurlala dan Islahuddin (2008). Adapun cara yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Membuat suatu daftar (*checklist*) pengungkapan sosial. Adapun indikator pengungkapan corporate social responsibility dikategorikan dalam 6 tema, yang terdiri dari 91 item pengungkapan sosial.
- b) Menentukan indeks pengungkapan social untuk setiap perusahaan sampel berdasarkan daftar (*checklist*) pengungkapan social dengan cara sebagai berikut:
 - 1) Skor 0: Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
 - 2) Skor 1: Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan
- c) Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlah untuk memperoleh keseluruhan skor CSR diukur dengan menggunakan rumus penghitungan Corporate social responsibility disclosure index berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*). CSR dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{X_j}{N}$$

Keterangan:

CSRDI : *Corporate social responsibility disclosure index* perusahaan

X_j : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

N : Jumlah item pengungkapan CSR

1.2. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan telah diteliti oleh beberapa penelitian. (Susanti & Santoso, 2011) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi menghasilkan temuan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Variabel CSR sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif.

(Prasetyorini, 2013) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menggunakan variabel dependen berupa nilai perusahaan dan variabel independen berupa perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas. Menggunakan metode regresi berganda. Hasil penelitian berupa variabel ukuran perusahaan, price earning ratio, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun variabel leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (halaman 194)

(Dwi Pramana & Mustanda, 2016) meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan CSR berpengaruh negatif. Selain itu diperoleh hasil bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh

positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan CSR secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan serta CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. (halaman 587-588)

(Wulandari & Wiksuana, 2017) meneliti tentang peranan corporate social responsibility dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas berpengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR sebagai variabel pemoderasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan tetapi tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. (halaman 1306)

(Susilaningrum, 2016) meneliti tentang return on assets, rasio likuiditas dan rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan, rasio likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, rasio solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ROA, rasio likuiditas dan rasio solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR mampu memoderasi pengaruh ROA, rasio likuiditas, rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan. (halaman 14-15)

(Andriani & Subardjo, 2017) meneliti tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel modeasi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa kinerja keuangan (ROA dan ROE) berpengaruh positif langsung terhadap nilai perusahaan (PBV) dan CSR sebagai variabel pemoderasi mampu memperkuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. (halaman 1862-1863)

(Mandasari, Kamilah, & Hanif, 2013) meneliti tentang *the influence of corporate social responsibility to firm value with profitability and leverage as a moderating variable*. Penelitian ini menghaslkan temuan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan *leverage* tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. (halaman 17)

(Sarvaes & Tamayo, 2012) meneliti tentang *The impact of corporate social responsibility on firm value: the role of customer awareness*. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa CSR dan nilai perusahaan memiliki hubungan positif dengan perusahaan yang memiliki kesadaran pelanggan yang tinggi. Bagi perusahaan dengan kesadaran pelanggan rendah, hubungan tersebut negatif atau tidak signifikan. Selain itu, menemukan pengaruh kesadaran pelanggan terhadap hubungan nilai perusahaan dan CSR tidak berubah untuk perusahaan dengan reputasi buruk. (halaman 20)

(Rahmawati, Honggowati, & Supriyono, 2014) meneliti tentang *the effect of corporate social responsibility on financial performance with real manipulation as a moderating variable*. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa praktik manipulasi tidak berpengaruh terhadap aktivitas CSR. Namun

variabel kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap CSR. Aktivitas interaksi CSR terkait dengan manipulasi nyata pada praktik arus kas operasi mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Selain itu, variabel manipulasi nyata dan CSR, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, leverage, dan kinerja keuangan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan di masa depan. (halaman 74)

(Qomariah, 2015) meneliti tentang *the effect of corporate social responsibility, size and profitability toward on the value of corporate*. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa CSR dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang diakuisisi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran keuntungan perusahaan akan berdampak pada pembagian dividen. Jika keuntungan perusahaan besar, pembagian dividen juga besar, dan sebaliknya. (halaman 29)

(Sucuahi & Cambarihan, 2016) meneliti tentang *influence of profitability to the firm value of diversified companies in the Philippines*. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa hanya Profitabilitas yang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (halaman 152)

(Itsnaini & Subardjo, 2017) meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi *corporate social responsibility*. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai

perusahaan dan CSR mampu memoderasi hubungan antara solvabilitas dengan nilai perusahaan. (halaman 15)

(Rosiana, Juliarsa, & Sari, 2013) meneliti tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. (Halaman 735)

(Rompas , 2013) meneliti tentang pengaruh likuiditas, solvabilitas dan rentabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa likuiditas yang diukur dengan *current ratio*, *quick ratio*, solvabilitas yang diukur dengan *debt to asset ratio* dan rentabilitas yang diukur dengan *gross profit margin* dan *net profit margin* secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Halaman: 261)

(Firnanda & Oetomo, 2016) meneliti tentang analisis likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan perputaran persediaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa *current ratio* dan perputaran persediaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Profit margin* dan *debt to asset ratio* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel yang memiliki pengaruh dominan adalah *debt to asset ratio*. (Halaman: 14)

Tabel 2.1.

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu (tahun)	Persamaan	Perbedaan
1.	Meri Susanti dan Eko Budi Santoso “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Variabel Moderasi” (2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 2. Variabel bebas sama menggunakan Profitabilitas 3. Variabel Moderasi menggunakan CSR 	Objek penelitiannya pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2.	Bhekti Fitri Prasetyorini “Pengaruh Ukuran Perusahaan, leverage, Price Earning Ratio, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan” (2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 2. Variabel bebas sama menggunakan Leverage dan Profitabilitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti terdahulu menambahkan variabel bebas Ukuran Perusahaan dan Price Earning Ratio 2. Objek penelitiannya pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI 3. Tidak menggunakan variabel mododerasi
3.	I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dan I ketut Mustanda “Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai variabel Pemoderasi” (2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 2. Variabel bebas sama menggunakan Profitabilitas 3. Variabel moderasi sama menggunakan CSR 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti terdahulu menambahkan variabel bebas Size 2. Objek penelitiannya pada Perusahaan Partisipan <i>Indonesia Sustainability Reporting Award</i> yang terdaftar di BEI
4.	Ni Made Intan Wulandari dan I Gusti Bagus Wiksuana “Peranan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” (2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 2. Variabel bebas sama menggunakan Profitabilitas dan Leverage 3. Variabel moderasi sama menggunakan CSR 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti terdahulu menambahkan variabel bebas Ukuran Perusahaan 2. Objek penelitiannya pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI
5.	Casimira Susilaningrum “Pengaruh <i>Retrun On Assets</i> , Rasio Likuiditas dan Rasio Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Variabel Moderasi” (2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 2. Variabel bebas sama menggunakan ROA dan Solvabilitas 3. Variabel Moderasi sama menggunakan CSR 4. Obejek penelitiannya 	Peneliti terdahulu menambahkan variabel bebas Rasio Likuiditas

No.	Penelitian Terdahulu (tahun)	Persamaan	Perbedaan
		pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI	
6.	Siska Andriani dan Anang Subardjo "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderasi" (2017)	1. Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 2. Variabel bebas sama menggunakan ROA 3. Variabel moderasi sama menggunakan CSR	Peneliti terdahulu menambahkan variabel bebas ROE
7.	Putri Yuliana Mandasari, Kamaliah dan Rheny Afriana Hanif <i>"The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value with Profitability and Leverage as a Moderating Variable"</i> (2013)	Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan	1. Variabel bebas menggunakan CSR 2. Variabel moderasi menggunakan profitabilitas dan leverage 3. Objek penelitiannya pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI
8.	Henri Servaes dan Ane Tamayo <i>"The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness"</i> (2012)	Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan	1. Variabel bebas menggunakan CSR 2. Tidak menggunakan variabel moderasi
9.	Rahmawati, Setyaningtyas Honggowati dan Edy Supriyono <i>"The Effect of Corporate Social Responsibility On Financial Performance With Real Manipulation As A Moderating Variable"</i> (2014)		1. Variabel terikat menggunakan Kinerja Keuangan 2. Variabel bebas menggunakan CSR 3. Variabel moderasi menggunakan Manipulasi Real
10.	Dr. Nurul Qomariah, MM The Effect of Corporate Social Responsibility, Size and Profitability Toward On the Value of Corporate (Studies in Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stok Exchange) (2015)	1. Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 2. Variabel bebas menggunakan Profitabilitas	1. Peneliti terdahulu menambahkan variabel bebas CSR dan Ukuran Perusahaan 2. Tidak menggunakan variabel moderasi 3. Objek penelitiannya pada Perusahaan Manufaktur
11.	William Suciwhi & Jay Mark Cambarian "Influence of profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines." (2016)	1. Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 2. Variabel bebas sama menggunakan Profitabilitas	Tidak menggunakan variabel moderasi

No.	Penelitian Terdahulu (tahun)	Persamaan	Perbedaan
12	Hafidah Mufliha Itsnaini “Pengaruh Profitabilitas dan solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi <i>Corporate Social Responsibility</i> ” (2017)	<ol style="list-style-type: none"> Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan Variabel bebas sama menggunakan Profitabilitas dan solvabilitas Variabel moderasi menggunakan CSR Objek penelitiannya pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI 	Tidak menggunakan regresi data panel
13.	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa dan Maria M. Ratna Sari “Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi” (2013)	<ol style="list-style-type: none"> Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> Variabel bebas menggunakan CSR Variabel moderasi menggunakan Profitabilitas Objek penelitiannya pada Perusahaan Manufaktur
14.	Gisela Prisilia Rompas “Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Rentabilitas terhadap Nilai Perusahaan” (2013)	<ol style="list-style-type: none"> Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan Variabel bebas menggunakan Solvabilitas dan Rentabilitas 	<ol style="list-style-type: none"> Tidak menggunakan variabel moderasi Objek penelitiannya pada Perusahaan BUMN non bank
15.	Taurisina Firnanda dan Hening Widi Oetomo “Analisis Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas dan Perputaran Persediaan terhadap Nilai Perusahaan” (2016)	<ol style="list-style-type: none"> Variabel terikat menggunakan Nilai Perusahaan Variabel bebas menggunakan Solvabilitas dan Profitabilitas 	<ol style="list-style-type: none"> Peneliti terdahulu menambahkan variabel bebas Likuiditas dan Perputaran Persediaan Tidak menggunakan variabel moderasi Objek penelitiannya pada Perusahaan yang bergerak di bidang retail trade

Sumber: Penelitian Terdahulu yang Disajikan Kembali

1.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu alur yang menggambarkan proses riset secara keseluruhan. Kerangka pemikiran merupakan miniatur riset yang penyusunannya harus disajikan secara lengkap namun ringkas (Kurniawan, 2014).

1.3.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu bagian finansial yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Para pemegang saham selalu menginginkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan, keuntungan tersebut diperoleh dari keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, sehingga akan semakin banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Sehingga, dari kondisi tersebut investor akan berkepentingan dengan menganalisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatn informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa mendatang dalam menghasilkan laba.

Dalam penelitian Bhekti Fitri Prasetyorini (2013) tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2011. Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan perusahaan dan bahan kajian lain yang didapat dari buku, jurnal, dan artikel yang didapat dari internet. Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh

terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dan I Ketut Mustanda (2016) tentang pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan partisipan *Indonesia Sustainability Reporting Award* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013. Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Casimira Susilaningrum (2016) tentang pengaruh *return on assets*, rasio likuiditas, dan rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan tahun 2012-2014. Penelitian ini menunjukkan bahwa ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Gisela Prisilia Rompas (2013) tentang likuiditas, solvabilitas, dan rentabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi berupa buku-buku, majalah, dokumen, dan sebagainya. Penelitian ini menunjukkan bahwa rentabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Hafidah Mufliha Itsnaini dan Anang Subardjo (2017) tentang pengaruh profitabilitas dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi *corporate social responsibility* pada sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi yaitu mengumpulkan dan memanfaatkan data laporan keuangan yang tersedia di BEI

sebagai informasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Taurisina Firnanda dan Hening Widi Oetomo (2016) tentang analisis likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan perputaran persediaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2014. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan melihat laporan keuangan di BEI dalam periode 2007-2014. Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rasio profitabilitas yang bagus dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat pada suatu perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

1.3.2. Pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Solvabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Untuk menjalankan operasinya setiap perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Dana selalu dibutuhkan untuk menutupi seluruh atau sebagian dari biaya yang diperlukan, baik dana jangka pendek maupun dana jangka panjang. Dana juga dibutuhkan untuk ekspansi atau perluasan usaha atau investasi baru.

Dalam penelitian Ni Made Intan Wulandari dan I Gusti Bagus Wiksuana (2017) tentang peranan *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Penelitian ini menunjukkan bahwa leverage atau solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Gisela Prisilia Rompas (2013) tentang likuiditas, solvabilitas, dan rentabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi berupa buku-buku, majalah, dokumen, dan sebagainya. Penelitian ini menunjukkan bahwa solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Taurisina Firnanda dan Hening Widi Oetomo (2016) tentang analisis likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan perputaran persediaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2014. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan melihat laporan keuangan di BEI dalam periode 2007-2014. Penelitian ini menunjukkan bahwa solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rasio solvabilitas yang bagus akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat pada suatu perusahaan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Semakin rendah rasio solvabilitas maka akan semakin bagus nilai perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.3.3. Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi cenderung mempunyai nilai perusahaan yang tinggi pula, nilai perusahaan sebagian besar ditentukan dengan ROA. Apabila rasio solvabilitas menurun, maka jumlah investor yang ditunjukkan dengan jumlah saham yang beredar di pasar akan meningkat. Nilai perusahaan dapat digambarkan dengan harga pasar saham dan jumlah saham yang beredar dari suatu perusahaan.

Casimira Susilaningrum (2016) tentang pengaruh *return on assets*, rasio likuiditas, dan rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan tahun 2012-2014. Penelitian ini menunjukkan bahwa ROA dan solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Gisela Prisilia Rompas (2013) tentang likuiditas, solvabilitas, dan rentabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi berupa buku-buku, majalah, dokumen, dan sebagainya. Penelitian ini menunjukkan bahwa solvabilitas dan rentabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Taurisina Firnanda dan Hening Widi Oetomo (2016) tentang analisis likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan perputaran persediaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan retail yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia periode 2007-2014. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan melihat laporan keuangan di BEI dalam periode 2007-2014. Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

1.3.4. *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel yang Memoderasi Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (dividend payout) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (insider) menjadi meningkat povernya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Dengan tawaran mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi, diharapkan dapat menarik minat investor didalam berinvestasi. Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah

lingkungan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan (Anggraini, 2006).

Dalam penelitian I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dan I Ketut Mustanda (2016) tentang pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan partisipan *Indonesia Sustainability Reporting Award* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Ni Made Intan Wulandari dan I Gusti Bagus Wiksuana (2017) tentang peranan *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Casimira Susilaningrum (2016) tentang pengaruh *return on assets*, rasio likuiditas, dan rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data tersebut berupa laporan keuangan perusahaan tahun 2012-2014. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Siska Andriani dan Anang Subardjo (2017) tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan

pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang tergolong dalam saham LQ45 yang terdaftar di BEI selama tahun 2012-2015. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil dari laporan keuangan perusahaan yang tergolong dalam kategori LQ45 di BEI selama tahun 2012-2015. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan. Dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Jadi dapat disimpulkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

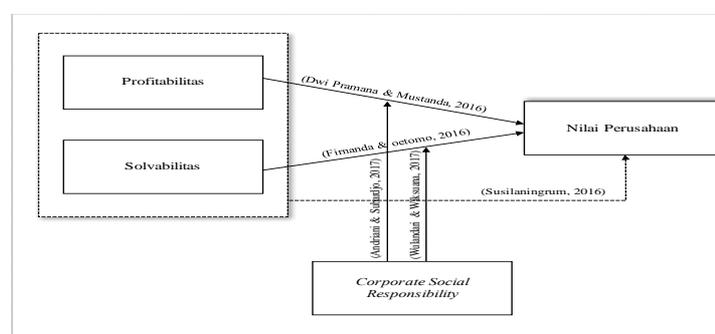
1.3.5. *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel yang Memoderasi Pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Kokubu et al. (2001) dalam penelitian Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa meskipun tingkat hutang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut tinggi, tetapi terdapat hubungan yang baik antara perusahaan dan debtholders serta mampu memberikan informasi sosial perusahaan yang baik maka perusahaan tersebut diduga mampu meningkatkan nilai perusahaan walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

Dalam penelitian Ni Made Intan Wulandari dan I Gusti Bagus Wiksuana (2017) tentang peranan *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data

sekunder. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Casimira Susilaningrum (2016) tentang pengaruh *return on assets*, rasio likuiditas, dan rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan tahun 2012-2014. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh solvabilitas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Hafidah Mufliha Itsnaini dan Anang Subardjo (2017) tentang pengaruh profitabilitas dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi *corporate social responsibility* pada sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Seluruh penjelasan di atas memberikan suatu pemikiran bahwa beberapa rasio keuangan diperkirakan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2.1.
Paradigma Penelitian

1.4. Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Simultan

Profitabilitas dan Solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Secara Parsial

a. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

b. Solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

c. CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

d. CSR mampu memoderasi pengaruh solvabilitas terhadap nilai perusahaan.