

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

1.1 Kajian Pustaka

1.1.1 Akuntansi

2.1.1.1 Pengertian Akuntansi

Akuntansi adalah sistem informasi yang dapat membantu suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan guna mencapai tujuan perusahaan. Akuntansi menghasilkan informasi berupa laporan keuangan yang menjelaskan kinerja keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Informasi tersebut sangat berguna bagi para pemangku kepentingan dalam membuat prediksi kinerja di masa mendatang.

Menurut Kieso, *et al* (2011:4), pengertian akuntansi adalah sebagai berikut:

“Accounting is an information system that identifies, records, and communicates the economic events of an organization to interested users”.

Menurut Dwi Martani (2012:4), pengertian akuntansi adalah sebagai berikut:

“Akuntansi menghasilkan informasi yang menjelaskan kinerja keuangan entitas dalam suatu periode tertentu dan kondisi keuangan entitas pada tanggal tertentu”.

Sedangkan menurut Reeve, *et al* (2012:9) yang dialihbahasakan oleh Damayanti Dian, definisi akuntansi adalah:

“Akuntansi merupakan sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan.”

Berdasarkan definisi di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa akuntansi adalah proses pencatatan, pengklasifikasian, pengikhtisaran dan pelaporan data keuangan suatu entitas yang menghasilkan *output* berupa laporan keuangan mengenai kondisi keuangan perusahaan yang berguna bagi para pemangku kepentingan.

2.1.1.2 Pengertian Akuntansi Keuangan

Bidang akuntansi yang membahas penyusunan laporan keuangan untuk pengguna eksternal disebut sebagai akuntansi keuangan. Laporan keuangan tersebut ditujukan bagi pihak eksternal perusahaan. Berikut beberapa pendapat para ahli mengenai definisi akuntansi.

Menurut Kieso, dkk (2013:2) dialihbahasakan oleh Emil Salim, akuntansi keuangan (*financial accounting*) adalah:

“Sebuah proses yang berakhir pada pembuatan laporan keuangan menyangkut perusahaan secara keseluruhan untuk digunakan baik oleh pihak-pihak internal maupun pihak eksternal.”

Menurut Dwi Martani (2012:8) adalah:

“Akuntansi keuangan berorientasi pada laporan pihak eksternal. Beragamnya pihak eksternal dengan tujuan spesifik bagi masing-masing pihak membuat pihak penyusun laporan keuangan menggunakan prinsip dan asumsi-asumsi dalam penyusunan laporan keuangan. Untuk itu diperlukan standar akuntansi yang dijadikan pedoman baik oleh penyusun maupun oleh pembaca laporan keuangan. Laporan yang dihasilkan dari akuntansi keuangan berupa laporan keuangan untuk tujuan umum (*general purpose financial statement*)”.

Berdasarkan definisi di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa akuntansi keuangan adalah suatu proses dimana tujuan akhirnya yaitu memberikan informasi keuangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap laporan keuangan yang dihasilkan perusahaan sebagai bahan evaluasi atau membuat perencanaan di masa mendatang.

2.1.1.3 Tujuan dan Fungsi Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan sederhananya adalah salah satu bidang dari akuntansi yang berfokus pada keuangan seperti laporan keuangan suatu entitas untuk kepentingan pihak eksternal. Adapun fungsi dari akuntansi keuangan menurut Dwi Martani (2012:15) adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menghitung suatu laba maupun rugi yang sudah didapat oleh suatu perusahaan.
2. Untuk memberikan suatu informasi yang dapat berguna untuk manajemen perusahaan.

3. Dapat membantu untuk menetapkan hak bagi masing-masing suatu pihak yang mempunyai suatu kepentingan dalam perusahaan, yaitu baik itu pihak internal maupun pihak eksternal.
4. Untuk mengawasi dan mengendalikan semua macam kegiatan yang terjadi pada suatu perusahaan.
5. Untuk membantu suatu perusahaan dalam mencapai suatu targetnya yang sebelumnya sudah ditentukan.

Berikut adalah tujuan dari akuntansi keuangan menurut Dwi Martani

(2012:16) adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai suatu perubahan sumber ekonomi netto suatu perusahaan yang muncul dari suatu kegiatan dalam rangka mendapatkan laba.
2. Untuk memberikan suatu informasi yang terpercaya mengenai aktiva, kewajiban dan yang terakhir modal.
3. Untuk membuat para pemakai dalam memperkirakan suatu potensi perusahaan untuk menghasilkan laba.
4. Untuk memberikan informasi penting lainnya yang mengenai suatu perubahan sumber-sumber ekonomi & kewajiban yang seperti informasi mengenai aktivitas belanja.
5. Mengungkapkan suatu informasi lain yang berkaitan dengan suatu laporan keuangan yang relevan untuk suatu kebutuhan pemakai laporan keuangan.

2.1.2 *Eco-efficiency*

2.1.2.1 Pengertian *Eco-efficiency*

Setiap perusahaan harus bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sekitarnya. Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat yaitu pengurangan dampak dari kegiatan operasional perusahaan yang menimbulkan sumber pencemaran lingkungan seperti pencemaran air, udara dan tanah. Konsep yang sering dilakukan perusahaan dalam menangani permasalahan tersebut adalah *eco-efficiency*.

Menurut Hansen dan Mowen (2009: 410) yang dialihbahasakan oleh

Denny Arnos Kwary, definisi eko-efisiensi adalah sebagai berikut:

”Eko-efisiensi adalah upaya perusahaan untuk mempertahankan kondisi lingkungan agar dapat memproduksi barang dan jasa yang lebih bermanfaat dengan cara mengurangi dampak negatif lingkungan, konsumsi sumber daya, dan biaya secara simultan. Eko-efisiensi mengimplikasikan peningkatan efisiensi yang berasal dari perbaikan kinerja lingkungan”.

Menurut Agnas Setiawan (2018:121), definisi eko-efisiensi (*eco-efficiency*) adalah:

“Pengelolaan sumber daya alam yang tidak merusak atau mengganggu keseimbangan ekosistem dan dilakukan secara efisien serta mempertimbangkan kelestarian sumber daya alam tersebut”.

Sedangkan menurut Gina Amalia, *et al* (2017), definisi eko-efisiensi adalah:

“Langkah organisasi untuk dapat memproduksi barang dan jasa yang lebih bermanfaat secara simultan”.

Gina juga menyatakan bahwa eko-efisiensi mengurangi dampak lingkungan yang negatif, konsumsi sumber daya dan biaya. Selain itu, eko-efisiensi sebagai proses pengendalian manajemen bertujuan untuk mengurangi intensitas lingkungan dan meningkatkan produktivitas lingkungan.

Berdasarkan definisi diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa eko-efisiensi (*eco-efficiency*) adalah suatu konsep yang mengacu pada perusahaan agar mampu meningkatkan kinerja lingkungannya sehingga dapat memproduksi barang

dan jasa yang lebih bermanfaat secara simultan serta dapat mengurangi dampak lingkungan dan konsumsi sumber daya secara berlebihan.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat *Eco-efficiency*

Ekoefisiensi bermula dari isu efisiensi ekonomi yang mempunyai manfaat lingkungan yang positif, sedangkan produksi bersih bermula dari isu-isu efisiensi lingkungan yang mempunyai manfaat ekonomi positif. Upaya-upaya dilakukan untuk meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku, bahan penunjang dan energi di seluruh tahapan produksi. Penerapan produksi bersih dapat melindungi sumber daya alam dan dimanfaatkan secara berkelanjutan.

Menurut kamus Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia (2008) dalam ND Panggau (2017) menyatakan bahwa:

“Salah satu konsep yang dapat dikembangkan dalam penanganan permasalahan yang sering dilakukan oleh perusahaan yakni konsep *eco-efficiency*. Konsep ini merupakan efisiensi yang memasukkan aspek sumber daya alam dan energi atau suatu proses produksi yang meminimumkan penggunaan bahan baku, air dan energi serta dampak lingkungan per unit produk”.

Dalam eko-efisiensi mengandung tiga pesan penting. Pertama, saling melengkapi perbaikan kinerja ekologi dan ekonomi. Kedua, perbaikan kinerja lingkungan seharusnya tidak lagi dipandang hanya sebagai amal, melainkan sebagai persaingan. Ketiga, eko-efisiensi adalah suatu pelengkap dan pendukung pengembangan yang berkesinambungan yaitu pengembangan yang memenuhi kebutuhan saat ini, tanpa mengurangi kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang (Hansen dan Mowen, 2009:410).

Che-Ahmad dan Osazuwa (2015) menyatakan bahwa tujuan dari eko-efisiensi adalah untuk mengurangi konsumsi sumber daya alam seperti meminimalkan penggunaan energi, bahan baku air dan tanah. Mengurangi dampak berbahaya dari produksi yang melibatkan lingkungan dengan mengurangi polusi udara, mengurangi limbah dan penyebaran zat beracun. Meningkatkan nilai layanan dan produk dengan memastikan manfaat lebih yang diberikan kepada konsumen yang berkaitan dengan fleksibilitas, fungsionalitas dan pembentukan produk.

Tujuan eko-efisiensi adalah untuk mengurangi dampak lingkungan per unit yang diproduksi dan dikonsumsi. Dengan mengurangi sumber daya yang diperlukan bagi terbentuknya produk dan pelayanan yang lebih baik, maka bisnis dapat mencapai keuntungan karena mempunyai daya saing. Manfaat atau keuntungan yang akan di dapatkan bukan hanya bagi perusahaan tetapi juga bagi lingkungan dan masyarakat guna mengurangi dampak dari akibat limbah yang terbuang terhadap lingkungan.

2.1.2.3 Penerapan Konsep *Eco-efficiency*

Dalam menerapkan eko-efisiensi memerlukan penerapan sistem manajemen yang menggabungkan efisiensi kinerja lingkungan dalam perencanaan strategis perusahaan agar mencapai manfaat yang diperoleh dari sertifikasi ISO 14001 (Burnett, Skousen, dan Wright, 2011). Menurut Al-Najjar dan Anfimiadou (2012) sertifikasi ISO 14001 menunjukkan bahwa perusahaan telah mengadopsi sistem manajemen lingkungan yang berfokus pada lingkungan yang

berkelanjutan. Dengan memanfaatkan standarisasi internasional lingkungan ISO 14001 dapat digunakan sebagai alat untuk memenuhi tujuan internal dan eksternal seperti karyawan dan *stakeholder* mengenai penerapan eko-efisiensi.

Di dalam standar internasional lingkungan ISO 14001 organisasi harus menetapkan, mendokumentasikan, menerapkan, memelihara dan memperbaiki sistem manajemen lingkungan secara berkelanjutan sesuai dengan persyaratan standar yang telah ditentukan bagi organisasi untuk:

1. Menetapkan kebijakan lingkungan yang memadai
2. Mengidentifikasi aspek lingkungan yang timbul dari kegiatan, produk dan jasa organisasi di masa lalu, sekarang ataupun yang direncanakan agar dapat menetapkan dampak lingkungan yang penting.
3. Mengidentifikasi persyaratan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan persyaratan lain yang diikuti oleh organisasi.
4. Mengidentifikasi prioritas dan menentukan tujuan dan sasaran lingkungan yang memadai.
5. Menetapkan struktur dan program untuk menerapkan kebijakan dan mencapai tujuan dan memenuhi sasaran.
6. Memfasilitasi perencanaan, pengendalian, pemantauan, tindakan pencegahan dan perbaikan, audit dan peninjauan untuk memastikan bahwa kebijakan dipenuhi dan sistem manajemen lingkungan yang memadai.

7. Mampu menyesuaikan dengan perubahan kondisi.

Menurut Sinkin, Wright, dan Burnett dalam Hartini (2018), sertifikasi ISO 14001 menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi kewajibannya terhadap lingkungan dan sebagai indikator pengakuan eksternal karena menyediakan bukti kuat bahwa suatu perusahaan telah mengadopsi eko-efisiensi. Sertifikasi ISO 14001 diperoleh apabila perusahaan menerapkan sistem manajemen lingkungan yang memenuhi standar internasional yang telah ditetapkan secara khusus. Standar ini berhubungan dengan prosedur manajemen lingkungan. Sehingga, sertifikasi ini berfungsi sebagai tanda bahwa perusahaan tertarik dan bersedia memperbaiki kinerja lingkungannya (Hansen dan Mowen, 2009: 413).

Dengan mengadopsi eko-efisiensi yang berpedoman pada standar internasional lingkungan ISO 14001 dapat meningkatkan nilai perusahaan (Burnett, Skousen, dan Wright, 2011). Menurut Sinkin, Wright, dan Burnett dalam Hartini (2018) menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan eko-efisiensi secara efektif memiliki keuntungan yaitu dapat meningkatkan citra perusahaan di masyarakat sehingga dapat meningkatkan harga saham yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.2.4 Metode Pengukuran *Eco-efficiency*

Pengukuran eko-efisiensi dalam penelitian ini menggunakan perolehan sertifikasi ISO 14001. Menurut ND Panggau (2017), standar ISO 14001 merupakan dokumen spesifikasi atau dokumen persyaratan sistem manajemen

lingkungan. Penerapan ISO 14001 dapat menurunkan dampak terhadap lingkungan, mendorong efisiensi proses-proses bisnis perusahaan, meningkatkan daya saing perusahaan dan membangun citra positif perusahaan di mata pemerintah, pengusaha dan masyarakat. Di Indonesia, ISO 14001 merupakan standar lingkungan yang bersifat sukarela (*voluntary*) pada peraturan pengelolaan lingkungan (SNI 19-14001:2005) maka dari itu tidak ada hukum untuk menerapkan ISO 14001.

Menurut Osazuwa dan Che-Ahmad (2016) laporan keuangan tahunan digunakan untuk mengumpulkan data mengenai perusahaan yang menerapkan eko-efisiensi yang dibuktikan dengan perolehan sertifikasi ISO 14001. Variabel ini menggunakan indikator ECO diukur menggunakan dummy yang memiliki dua hasil yaitu skor 1 untuk perusahaan yang memperoleh sertifikasi ISO 14001 dan skor 0 perusahaan yang tidak memperoleh sertifikasi ISO 14001.

Pengukuran yang sama diterapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Amalia dkk. (2017) serta Aiyanti dan Isbanah (2018) bahwa *eco-efficiency* menjadi tolak ukur perusahaan dalam menjalankan konsep manajemen lingkungan yang dilakukan perusahaan. Perusahaan menggunakan konsep *eco-efficiency* ketika perusahaan memiliki sertifikat ISO-14001 tentang manajemen lingkungan.

2.1.3 Corporate Social Responsibility

2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep yang semakin berkembang secara global dan penerapannya telah merambat ke semua

sektor industri. Perusahaan yang mengadopsi dan menjalankan *Corporate Social Responsibility* dewasa ini telah mendapatkan perhatian dari kalangan kreditor. *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Prastowo dan Huda (2011:17):

“CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk ‘membersihkan’ keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, caracara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.”

Definisi menurut ISO 26000 dalam (Prastowo dan Huda 2011) adalah:

“Responsibility of organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship.”

Sedangkan menurut Menurut Nor Hadi, (2011:48) pengertian CSR adalah :

“CSR merupakan suatu satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.”

Corporate Social Responsibility adalah sebuah tanggung jawab yang dilakukan perusahaan dengan mengutamakan lingkungan serta masyarakat disekitar dalam kegiatan perusahaan (Aviyanti & Isbanah, 2018).

Adapun pengertian lain menurut Kotler dalam Jacki Ambadar (2013:47) menjelaskan bahwa:

“CSR adalah kesediaan perusahaan untuk mengembangkan lingkungan yang baik melalui kegiatan bisnis yang terarah, dan terlibat dalam pengembangan sumber daya perusahaan”.

Kotler juga mengatakan bahwa tujuan dari CSR adalah untuk memperkecil dampak negatif dari operasi perusahaan, sebagaimana yang banyak terjadi pada praktik perusahaan yang mengejar keuntungan semata.

Dari berbagai definisi di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan dalam mentaati peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

2.1.3.2 Konsep *Corporate Social Responsibility*

Konsep yang diakomodasi dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) pasal 74 No 40 tahun 2007 yang berbunyi sebagai berikut:

- 1 Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan.
- 2 Melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya diperhitungkan dengan memperhatikan keputusan dan kewajaran.
- 3 Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4 Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab social dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

2.1.3.3 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Menurut Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2011:59) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

- “ 1. *Sustainability*
2. *Accountability*

3. *Transparency*”.

Adapun penjelasan dari ketiga prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.

2.1.3.4 Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Dalam menjalankan bisnis apapun yang diharapkan adalah keberlanjutan dan kesetabilan usahanya, karena keberlanjutan akan mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Menurut Rahmatullah (2011:6) setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon CSR agar sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional perusahaan. Tiga alasan tersebut antara lain:

- “ 1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan masyarakatnya. Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang terkadang bersifat ekspansif dan eksploratif. Di samping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.
2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Wajar bila perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan forma perusahaan.
3. Kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk merendam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan”.

Menurut Jacki Ambadar (2013:43) tujuan melaksanakan CSR adalah untuk memperkecil dampak negatif dari operasional perusahaan, sebagaimana yang banyak terjadi pada praktik perusahaan yang mengejar keuntungan semata.

Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang. Menurut Ujang Rusdianto (2013:12), manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- “ a. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan
 b. Meningkatkan citra perusahaan
 c. Mengurangi resiko bisnis perusahaan
 d. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan
 e. Mempertahankan posisi merek perusahaan
 f. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas
 g. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal
 h. Meningkatkan pengembalian keputusan terhadap modal (*capital*)
 i. Meningkatkan pengembalian keputusan pada hal-hal yang kritis
 j. Memperoleh pengelolaan manajemen resiko (*risk management*)”.

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* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada bisnis utama dan sektor industrinya.

2.1.3.5 Metode Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela (*voluntary*), belum diaudit (*unaudit*), dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu (*unregulated*). Informasi mengenai *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) berdasarkan GRI yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org.

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. GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka penelitian ini pun terbatas hanya pada data-data

yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini juga agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainability reporting* dengan perusahaan yang belum membuatnya.

Indikator pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI G4 tahun 2018, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.1
Indikator Pengungkapan CSR berdasarkan GRI G4

KATEGORI EKONOMI		
- Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
- Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut <i>gender</i> dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
- Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
- Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
- Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan <i>input</i> daur ulang

- Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
	EN5	Intensitas energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
	EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
- Air	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
- Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
- Emisi	EN15	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
	EN17	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
	EN20	Emisi Bahan Perusak Ozon (BPO)
	EN21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya
- Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai

		keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
- Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
- Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
- Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
- Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
- Asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
- Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
- Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, <i>gender</i> , dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut <i>gender</i>
- Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
- Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja

	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan <i>gender</i>
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
- Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut <i>gender</i> dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima <i>review</i> kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut <i>gender</i> dan kategori karyawan
- Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut <i>gender</i> , kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
- Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
- Mekanisme Pengaduan masalah ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
- Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
- Non-diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
- Kebebasan berserikat dan	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin

Perjanjian Kerja Bersama		melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
- Pekerja anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
- Pekerja paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
- Praktik pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi
- Hak adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
- Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan <i>review</i> atau asesmen dampak hak asasi manusia
- Asesmen pemasok atas hak asasi manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
- Mekanisme pengaduan dan masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
- Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
- Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
- Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
- Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, <i>anti-trust</i> , serta praktik monopoli dan hasilnya

- Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
- Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
- Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
- Kesehatan dan keselamatan pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis
- Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
- Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
- Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
- Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber : *Global Reporting Initiative, 2018*

Untuk menghitung *corporate social responsibility*, penelitian ini menggunakan pendekatan menurut Rahmawati (2012:183), yaitu setiap item pengungkapan *corporate social responsibility* dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$ = Corporate Social Responsibility Index Perusahaan j

X_{ij} = dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

n_j = jumlah item perusahaan j, $N_j \leq 79$

2.1.4 Ownership Concentration (Konsentrasi Kepemilikan)

2.1.4.1 Pengertian Ownership Concentration

Penerbitan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan ketika memutuskan untuk mendapatkan pendanaan perusahaan. Pada sisi yang lain, saham merupakan instrumen investasi yang banyak dipilih para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Dengan menyertakan modal, maka pihak investor memiliki klaim atas pendapatan

perusahaan, klaim atas asset perusahaan dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Pada umumnya kelompok pengendali aktivitas bisnis perusahaan tersebut juga memiliki hak atas kepemilikan perusahaan atas dana yang mereka investasikan, sehingga kepemilikan perusahaan secara otomatis juga akan terkonsentrasi kepada kelompok yang dimaksud.

Menurut Aviyanti dan Isbanah (2018) definisi *Ownership concentration* (Konsentrasi Kepemilikan) adalah:

“Besaran saham yang diterbitkan perusahaan yang dimiliki oleh individu ataupun badan”.

Disisi lain, kondisi kepemilikan saham yang terkonsentrasi akan meningkatkan probabilitas munculnya ekspropriasi kepentingan pemegang saham mayoritas terhadap pemegang saham minoritas (Sutedja, 2015).

Menurut Prasetyantoko (2013:62), pengertian konsentrasi kepemilikan adalah:

“Konsentrasi kepemilikan diyakini akan meningkatkan kontrol terhadap manajer. Pengawasan dan kontrol melalui konsentrasi kepemilikan dinilai paling baik untuk mengendalikan sifat oportunistik para pengelola perusahaan”.

Sedangkan dalam kamus bisnis, mendefinisikan bahwa konsentrasi kepemilikan adalah ukuran sejauh mana sebaran kepemilikan dari saham-saham yang terdaftar di bursa saham perusahaan.

Konsentrasi kepemilikan merupakan salah satu karakteristik dari struktur kepemilikan. Konsentrasi kepemilikan terbagi dalam dua bentuk struktur kepemilikan yaitu kepemilikan terkonsentrasi dan kepemilikan menyebar.

Menurut Dallas (2004) dalam Muchlish (2010):

“Kepemilikan saham dikatakan terkonsentrasi jika sebagian besar saham dimiliki oleh sebagian kecil individu atau kelompok, sehingga pemegang saham tersebut memiliki jumlah saham yang relatif dominan dibandingkan dengan yang lainnya. Kepemilikan saham dikatakan menyebar, jika kepemilikan saham menyebar secara relatif merata ke publik, tidak ada yang memiliki saham dalam jumlah sangat besar dibandingkan dengan lainnya”.

Berdasarkan definisi diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa konsentrasi kepemilikan (*ownership concentration*) adalah besaran saham yang diterbitkan oleh perusahaan yang dimiliki oleh individu atau kelompok. Struktur kepemilikan yang terkonsentrasi menimbulkan potensi pada pemegang saham pengendali untuk terlibat jauh dalam pengelolaan perusahaan, serta memperoleh kekuasaan dan insentif untuk dapat bernegosiasi dan mendorong kontrak perusahaan dengan para manajer.

2.1.4.2 Manfaat *Ownership Concentration*

Konsentrasi kepemilikan menggambarkan bagaimana dan siapa saja yang memegang kendali atas keseluruhan atau sebagian besar atas kepemilikan perusahaan serta keseluruhan atau sebagian besar pemegang kendali atas aktivitas bisnis pada suatu perusahaan. Kepemilikan dikatakan lebih terkonsentrasi jika untuk mencapai kontrol dominasi atau mayoritas dibutuhkan penggabungan lebih sedikit investor. Adanya kontrol dalam suatu perusahaan yang dapat dipegang

oleh semakin sedikit investor maka akan semakin mudah kontrol tersebut dijalankan. Dibandingkan dengan mekanisme pemegang saham besar, kepemilikan terkonsentrasi memiliki kekuatan kontrol yang lebih rendah karena mereka tetap harus melakukan koordinasi untuk menjalankan hak kontrolnya. Namun pada sisi yang lain mekanisme kepemilikan terkonsentrasi juga memiliki kemungkinan yang lebih kecil untuk munculnya peluang bagi kelompok investor yang terkonsentrasi untuk mengambil tindakan yang merugikan investor yang lain (Taman, 2011).

Konsentrasi kepemilikan dapat menjadi mekanisme internal pendisiplinan manajemen, sebagai salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas monitoring, karena dengan kepemilikan yang besar menjadikan pemegang saham memiliki akses informasi yang cukup signifikan untuk mengimbangi keuntungan informasional yang dimiliki manajemen.

Menurut Aviyanti dan Isbanah (2018) Dampak positif dari *ownership concentration* adalah tata kelola perusahaan meningkat karena ada beberapa pemegang saham tertinggi yang membantu pengambilan keputusan namun juga memiliki dampak negatif, yaitu pemegang saham tertinggi akan mendominasi keputusan yang diambil perusahaan.

2.1.4.3 Metode Pengukuran *Ownership Concentration*

Struktur kepemilikan mengacu pada berbagai pola di mana pemegang saham dapat mengatur semua hal yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan atas kelompok tertentu dalam kebijakan dan aktivitas bisnis perusahaan. Konsentrasi

kepemilikan menggambarkan tentang bagaimana dan siapa saja yang memegang kendali atas keseluruhan atau sebagian besar atas kepemilikan perusahaan serta keseluruhan atau sebagian besar pemegang kendali atas aktivitas bisnis perusahaan tersebut.

Untuk menghitung *ownership concentration*, penelitian ini menggunakan pendekatan yang telah dikembangkan oleh *Indonesia Capital Market Directory* ICMD dalam penelitian Taman (2011) dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar (dlm lbr/Rp)}}{\text{Total saham perusahaan (dlm lbr/Rp)}} \times 100\%$$

Ukuran konsentrasi kepemilikan suatu perusahaan diukur dengan menggunakan persentasi kepemilikan terbesar pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

2.1.5 Profitabilitas

2.1.5.1 Pengertian Profitabilitas

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Keuntungan tersebut akan dipergunakan untuk keberlangsungan hidup perusahaan seperti pembiayaan operasional, kesejahteraan pemilik, karyawan, serta pemegang saham atau untuk melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut agar mampu memenuhi target

dan tujuan yang telah ditetapkan. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan karena untuk melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan tersebut, maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Menurut Agus Sartono (2010:122), definisi profitabilitas adalah:

“Suatu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva ataupun modal sendiri”.

Sedangkan menurut Kasmir (2014:115), menyatakan bahwa profitabilitas adalah:

“Rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”.

Kasmir juga menyatakan bahwa profitabilitas memberikan ukuran kemampuan tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

Menurut Martono dan Agus Harjito (2012:19) mendefinisikan bahwa:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan data tersebut”.

Adapun profitabilitas perusahaan dapat dilihat melalui rasio-rasio profitabilitas seperti Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), dan Return

on Investment (ROI). Rasio profitabilitas yang berfungsi dan sering digunakan untuk memprediksi harga saham atau return saham adalah ROA atau ROI. ROA atau ROI digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Ignatius Leonardus Lubis et al, 2017).

Berdasarkan definisi diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, serta mengukur kemampuan keseluruhan manajemen secara efektif yang ditunjukkan oleh besar kecilnya keuntungan yang dihasilkan dari aktivitas penjualan maupun investasi.

Profitabilitas merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaannya. Dengan demikian, perusahaan yang mampu menghasilkan laba akan cenderung tepat waktu dalam pelaporan keuangannya dibandingkan perusahaan yang mengalami kerugian.

Profitabilitas dikatakan baik apabila memenuhi target laba yang telah diharapkan. Profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa tingkat kinerja manajemen perusahaan tersebut kurang baik. Adapun perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan bahwa laporan keuangan perusahaan tersebut mengandung berita baik dan perusahaan yang mengalami berita baik cenderung menyerahkan laporan keuangannya tepat waktu. Maka untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakanlah rasio profitabilitas yang akan dikenal

juga dengan rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional. Dari uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba guna memberikan informasi kepada para pemegang saham.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal saja seperti pemilik perusahaan dan manajemen, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Dengan adanya rasio profitabilitas atau rentabilitas, pihak-pihak tersebut dapat mendapatkan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar menurut Kasmir (2014:197) adalah :

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

Sedangkan manfaat yang diperoleh penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2014:198) adalah :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.5.3 Metode Pengukuran Profitabilitas

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan perusahaan dalam mengukur tingkat keuntungan atau profitabilitas perusahaan berdasarkan sumber daya yang dimilikinya. Analisis profitabilitas ini sangat berguna khususnya bagi investor jangka panjang misalnya untuk melihat keuntungan yang akan diterimanya dalam bentuk deviden.

Menurut Kasmir (2014:115) secara umum terdapat lima jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

- “ 1. Profit Margin (*Profit Margin on Sale*).
2. *Return on Investment* (ROI).
3. *Return on Equity* (ROE).
4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*).
5. Rasio Pertumbuhan”.

Dari kutipan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

Profit Margin on Sale atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Rumusnya sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin on Sale} = \frac{\textit{Laba Setelah Pajak}}{\textit{Penjualan}}$$

2. *Return on Investment* (ROI)

Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment* (ROI) atau *Return on Total Assets*, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Return on Equity* (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, 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. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum

berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

Sedangkan menurut Sartono (2010:123), jenis-jenis profitabilitas adalah sebagai berikut:

- “ 1. *Gross Profit Margin*
2. *Net Profit Margin*
3. *Profit Margin*
4. *Return on Investment* atau *Return on Assets*
5. *Return on Equity*”.

Dari kutipan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui persentase laba kotor dari penjualan perusahaan.

Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3. *Profit Margin*

Profit Margin digunakan untuk menghitung laba sebelum pajak dibagi total penjualan. Rumusnya sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin} = \frac{\textit{Laba Sebelum Pajak}}{\textit{Penjualan}}$$

4. *Return on Investment* atau *Return on Assets*

Return on Investment atau *Return on Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Rumusnya sebagai berikut:

$$\textit{Return on Investment/Assets} = \frac{\textit{Laba Setelah Pajak}}{\textit{Total Aktiva}}$$

5. *Return on Equity*

Return on Equity mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

$$\textit{Return on Equity} = \frac{\textit{Laba Setelah Pajak}}{\textit{Modal Sendiri}}$$

Berdasarkan uraian diatas, Penilaian rasio profitabilitas yang dipakai oleh peneliti adalah ROE (*Return On Equity*). ROE ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham yang digunakan oleh manajemen suatu perusahaan.

Rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Secara umum semakin tinggi return atau penghasilan yang diperoleh, maka semakin baik kedudukan perusahaan tersebut. Alasan penulis menggunakan *Return On Equity* karena rasio ini memperlihatkan sejauh mana perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri. Hal ini sejalan dengan variabel independen dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan yang berhubungan dengan ekuitas. Sama halnya dengan peneliti sebelumnya yang menggunakan rumus ROE diantaranya Dewi dan Wirajaya (2013), Lubis *et al* (2017), dan Merliya Triyana Putri (2017).

Return On Equity (ROE) yang tinggi dan konsisten mengindikasikan perusahaan mempunyai suatu keunggulan yang tahan lama dalam persaingan. Investasi di dalam bentuk modal para pemegang saham akan tumbuh pada suatu tingkat pertumbuhan yang tinggi, sehingga akan mengarahkan kepada suatu harga saham yang tinggi di masa depan.

2.1.6 Nilai Perusahaan

2.1.6.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatkan kemakmuran atau keuntungan pemilik perusahaan dan pemegang saham.

Menurut Agus Sartono (2010:487), definisi nilai perusahaan adalah:

“Nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi”.

Agus Sartono menyatakan bahwa tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.

Menurut Agus Martono dan Harjito (2010:34):

“Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan”.

Sedangkan Irham Fahmi (2012:138) mendefinisikan bahwa:

“Nilai perusahaan yaitu rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar, pasar ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang”.

Nilai perusahaan menjadi tujuan utama perusahaan selama perusahaan melakukan kegiatan operasional. Nilai perusahaan menjadi tolak ukur investor untuk memilih keputusan saham perusahaan mana yang dapat dijadikan investasi (Aviyanti & Isbanah, 2018).

Berdasarkan definisi di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Dimana semakin tinggi nilai pasar atau harga

saham maka akan memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi para pemegang saham.

Seperti yang dikemukakan oleh Brigham Gapensi dalam Prasetyorini (2013) bahwa:

“Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”.

Salah satu hal yang akan dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi adalah nilai dari perusahaan dimana investor tersebut akan menanamkan modalnya. Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai nilai dari laba yang diperoleh dan diharapkan pada masa yang akan datang, yang dihitung pada masa sekarang dengan memperhitungkan tingkat resiko dan tingkat bunga yang tepat.

2.1.6.2 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan sering kali dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio pasar merupakan rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Irham Fahmi, 2012:138).

Jenis-jenis pengukuran rasio pasar menurut Irham Fahmi (2012:138) terdiri dari:

- “ 1. *Price Earning Ratio* (PER)
 2. *Earning Per Share* (EPS)
 3. *Price Book Value* (PBV)”.

Adapun penjelasan jenis-jenis rasio tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Bagi para investor semakin tinggi *price earning ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga mengalami kenaikan. Dengan begitu *price earning ratio* (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara market *price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Adapun rumus PER adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{MPS}{EPS}$$

Keterangan:

PER = *Price Earning Ratio*

MPS = *Market Price per Share* atau harga pasar per saham

EPS = *Earning Per Share* atau laba per lembar saham

2. *Earning Per Share* (EPS)

Earning per share atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung EPS adalah sebagai berikut:

$$EPS = \frac{EAT}{Jsb}$$

Keterangan:

EPS = *Earning Per Share*

EAT = *Earning After Tax* atau pendapatan setelah pajak

Jsb = Jumlah saham yang beredar

3. *Price Book Value* (PBV)

Price book value merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung PBV adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{MPS}{BPS}$$

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price Per Share* atau Harga Pasar Per Saham

BPS = *Book Price Per Share* atau Nilai Buku Per Saham

Sedangkan menurut I Made Sudana (2011:23) menyatakan rasio penilaian terdiri atas:

- “ 1. *Price Earning Ratio* (PER)
2. *Dividend Yield*
3. *Dividend Payout Ratio*
4. *Market to Book Value Ratio* (MBV Ratio)”.

Adapun penjelasan jenis-jenis rasio tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio ini untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham.

Price Earning Ratio dapat dihitung sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

2. *Dividend Yield*

Rasio ini untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan dividen yang mampu dihasilkan dari investasi pada saham. *Dividend Yield* dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Dividend Yield} = \frac{\text{Dividend per Share}}{\text{Market Value per Share}}$$

3. *Dividend Payout Ratio*

Rasio ini untuk mengukur berapa besar bagian laba bersih setelah pajak yang dibayarkan sebagai dividen kepada pemegang saham. *Dividend payout ratio* dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Dividend Payout Ratio} = \frac{\text{Dividend}}{\text{Earning after Tax}}$$

4. *Market to Book Value Ratio (MBV Ratio)*

Rasio ini untuk mengetahui seberapa besar harga saham yang ada di pasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya. Semakin tinggi rasio ini maka tinggi pula nilai perusahaan. *Market to Book Value Ratio* dapat dihitung sebagai berikut:

$$MBV \text{ Ratio} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Dimana Nilai Buku Saham menurut Harmono (2009:56) dapat diperoleh dari:

$$\text{Nilai Buku Saham} = \frac{\text{Jumlah Ekuitas}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}}$$

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menggunakan *Price Book Value* (PBV) sebagai proksi nilai perusahaan karena *price book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Sama halnya dengan peneliti sebelumnya yang menggunakan PBV diantaranya Lubis *et al* (2017), Amalia *et al* (2017) dan Saputra (2018),

Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.1.6.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Untuk bisa mengambil keputusan keuangan yang tepat, manajer keuangan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Menurut Sutrisno (2012:5) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah :

- “ 1. Keputusan Investasi

2. Keputusan Pendanaan

3. Keputusan Dividen”.

Adapun penjelasan dari faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

1. Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang.

2. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan ini sering disebut sebagai kebijakan struktur modal. Pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber dana ekonomis bagi perusahaan guna membelanjakan kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya.

3. Keputusan Dividen

Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen ini merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham. Keputusan dividen merupakan keputusan manajemen keuangan dalam menentukan besarnya persentase laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk *cash dividend*, stabilitas dividen yang dibagikan, dividen saham (*stock dividend*), pemecahan saham (*stock split*) serta penarikan kembali saham yang beredar. Semua

itu ditunjukkan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian untuk melihat hubungan antara *eco-efficiency*, *corporate social responsibility*, *ownership concentration*, profitabilitas dan nilai perusahaan. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan penulis sebagai referensi yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Syera Christianing Aiyanti dan Yuyun Isbanah (2018)	Pengaruh <i>Eco-efficiency</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Ownership Concentration</i> dan <i>Cash Holding</i> terhadap Nilai Perusahaan Sektor <i>Consumer Goods</i> di BEI Periode 2011-2016	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: – <i>Eco-efficiency</i> – <i>Corporate Social Responsibility</i> – <i>Ownership Concentration</i> – <i>Cash Holding</i>	– <i>Eco-efficiency</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan – <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan – <i>Ownership Concentration</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan – <i>Cash Holding</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2	Arief Reza Ady Saputra (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: – <i>Corporate Social Responsibility</i> – Profitabilitas	– <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan – Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
3	Hafis Munir Ahmad dan Abdul Rasyid (2018)	Konsentrasi kepemilikan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Pertumbuhan Perusahaan sebagai Variabel Intervening	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: – Konsentrasi Kepemilikan – Struktur Modal Variabel Intervening: – Pertumbuhan Perusahaan	– Konsentrasi kepemilikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan – Konsentrasi kepemilikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui pertumbuhan perusahaan
4	Novensya Dwi Panggau dan Aditya Septiani (2017)	Pengaruh <i>Eco-efficiency</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Leverage</i> dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: <i>Eco-efficiency</i> Variabel Moderasi: – <i>Leverage</i> – Profitabilitas	– <i>Eco-efficiency</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan – <i>Leverage</i> tidak berpengaruh sehingga tidak dapat memoderasi hubungan antara <i>eco-efficiency</i> dan nilai perusahaan – Profitabilitas tidak berpengaruh sehingga tidak dapat memoderasi hubungan antara <i>eco-efficiency</i> dan nilai perusahaan.

5	Ignatius Leonardus Lubis, Bonar M Sinaga dan Hendro Sasongko (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: – Profitabilitas – Struktur Modal – Likuiditas	– Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan – Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan – Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
6	Che-Ahmad dan Osazuwa (2015)	<i>The moderating effect of profitability and leverage on the relationship between eco-efficiency and firm value in publicly traded Malaysian firms</i>	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: – Eko-efisiensi Variabel Moderasi: – Profitabilitas – Leverage	– Eko-efisiensi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. – Profitabilitas secara positif signifikan memoderasi hubungan antara eko-efisiensi terhadap nilai perusahaan – <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada hubungan eko-efisiensi terhadap nilai perusahaan.
7	Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya (2013)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: – Struktur Modal – Profitabilitas – Ukuran Perusahaan	– Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan – Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan – Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan

8	Abdullah Taman dan Bily Agung Nugroho (2011)	Determinan Kualitas Implementasi <i>Corporate Governance</i> pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Variabel Dependen: Kualitas Implementasi <i>Corporate Governance</i> Variabel Independen: – Konsentrasi Kepemilikan – Set Kesempatan Investasi – <i>Leverage</i>	– Konsentrasi Kepemilikan tidak berpengaruh terhadap Kualitas Implementasi <i>Corporate Governance</i> – Set Kesempatan Investasi Kepemilikan tidak berpengaruh terhadap Kualitas Implementasi <i>Corporate Governance</i> – <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Kualitas Implementasi <i>Corporate Governance</i>
9	Kusumadilaga (2010)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: – <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Moderasi: – Profitabilitas	– Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan – Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penyusunan paradigma penelitian mengenai konsep yang berisi tentang variabel bebas (independen), baik tunggal maupun jamak dalam kaitannya dengan variabel terikat (dependen). Sehingga hasil interpretasi variabel bebas (x) dapat mempengaruhi nilai variabel terikat (y), perubahan nilai variabel dependen dimaksudkan agar dapat menemui titik cerah bagi peneliti sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat.

2.2.1 Pengaruh *Eco-efficiency* terhadap Nilai Perusahaan

Eco-efficiency memiliki peranan yang besar dalam kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, artinya dalam menjalankan proses produksinya perusahaan harus memperhatikan keadaan alam dan dampak yang terjadi dari setiap prosesnya. Eko-efisiensi merupakan peningkatan efisiensi berasal dari perbaikan kinerja lingkungan (Hansen dan Mowen, 2009:410). Burnett, Skousen dan Wright (2011) menyatakan bahwa eko-efisiensi yang diprosikan dengan penerapan manajemen lingkungan yang efektif berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan mengadopsi praktek pengelolaan lingkungan yang efektif dapat menjadikan kelestarian lingkungan dan menciptakan nilai jangka panjang untuk semua pemangku kepentingan.

Jika dikaitkan dengan nilai perusahaan, suatu perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan pengelolaan lingkungan yang efektif karena tingkat eko-efisiensi yang tinggi akan meningkatkan kualitas dan efisiensi terhadap produk. Peningkatan kualitas tersebut akan meningkatkan permintaan produk dan

berdampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan. Dengan meningkatnya keuntungan perusahaan, memicu perusahaan untuk lebih efisien dalam menggunakan sumber daya. Disisi lain, efisiensi konsumsi sumber daya berpengaruh terhadap ketersediaan sumber daya alam yang artinya perusahaan ikut menjaga kelestarian lingkungan demi masa depan dunia. Menjaga kelestarian lingkungan akan berpengaruh terhadap meningkatnya keuntungan sosial yang signifikan sehingga citra perusahaan menjadi lebih baik serta dapat memicu kepuasan konsumen/masyarakat dan investor. Kepuasan konsumen berpengaruh kepada loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan investor berpengaruh kepada meningkatnya nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Che-Ahmad dan Osazuwa (2016), ND Panggau (2017) dan Aviyanti & Isbanah (2018) mendapatkan hasil yang sama bahwa eko-efisiensi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan menggunakan indikator sertifikat ISO 14001. Dengan mengadopsi ISO 14001 dapat membantu perusahaan untuk menjadi efektif karena dapat menghemat biaya dan waktu kerja dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan yang menerapkan eko-efisiensi dapat meningkatkan pendapatannya dimasa depan sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Che-Ahmad dan Osazuwa, 2016).

Eko-efisiensi dapat dikatakan sebagai strategi bisnis mengarah pada nilai perusahaan yang lebih tinggi dan mempunyai nilai lebih karena sedikit menggunakan sumber daya alam serta mengurangi jumlah limbah dan pencemaran udara. Eko-efisiensi mampu mengurangi biaya serta menghasilkan

produk dan pelayanan yang lebih baik sehingga eko-efisiensi memiliki hubungan yang positif dengan nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang melakukan praktik *Corporate Social Responsibility*, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor sehingga dapat memberikan citra yang baik di mata masyarakat maupun *stakeholder* terhadap perusahaan. *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup, karena berkelanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan (Riswanti, 2017).

Teori ini didukung oleh temuan Kusumadilaga (2010) yang mengatakan bahwa 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.

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk pertanggungjawaban berupa informasi yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan atas kegiatan operasi perusahaan tersebut kepada masyarakat. Menurut Putri dan Raharja (2013), semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan.

Pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Artinya bahwa investor sudah mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya Saputra (2018) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Aviyanti dan Isbanah (2018) mengemukakan hasil yang berbeda bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Ownership Concentration* terhadap Nilai Perusahaan

Struktur kepemilikan saham menjelaskan besar kecilnya saham perusahaan yang dimiliki oleh badan atau individu dan pengaruh kepemilikan saham dengan kekuasaan dan pengaruh di antara pemegang saham atas aktivitas

perusahaan. *Ownership concentration* merupakan besaran saham yang diterbitkan perusahaan yang dimiliki oleh individu ataupun badan. Saham dikatakan terkonsentrasi ketika kepemilikan saham perusahaan lebih dari 50% (Aviyanti & Isbanah, 2018).

Konsentrasi kepemilikan menunjukkan suatu ukuran sejauh mana sebaran kepemilikan dari saham-saham yang terdaftar di bursa saham perusahaan. Konsentrasi kepemilikan yang tinggi menandakan kontrol yang kuat dari pemegang saham. Adanya kontrol atau pengendalian ini akan menentukan langkah perusahaan terutama manajemen untuk mengambil keputusan apakah akan menerbitkan saham atau menerbitkan utang yang biasanya berupa obligasi pada setiap tahunnya (Yustiana, 2014).

Konsentrasi kepemilikan secara teoritis mempunyai hubungan dengan nilai perusahaan. Pada penelitian terdahulu yang membahas hubungan *ownership concentration* terhadap nilai perusahaan dan mempunyai kaitannya dengan penelitian ini diantaranya oleh Aviyanti dan Isbanah (2018) yang menunjukkan hasil bahwa *ownership concentration* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti ketika perusahaan menggunakan *ownership concentration*, maka pemegang saham mayoritas lebih memiliki wewenang untuk mengambil keputusan dibandingkan pemegang saham minoritas sehingga banyak investor yang tidak dipedulikan dan saham perusahaan akan dilepas dan minat investor menjadi menurun, selanjutnya harga saham serta nilai perusahaan juga mengalami penurunan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Rasyid (2018) mengemukakan hasil yang sama yaitu konsentrasi kepemilikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin terkonsentrasi kepemilikan saham akan menurunkan nilai perusahaan.

2.2.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu meningkatkan permintaan sahamnya oleh para calon investor. Selanjutnya permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat.

Kasmir (2012:196) menyebutkan bahwa tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Dengan laba yang maksimal, maka tujuan mensejahterakan para stakeholder akan mudah tercapai artinya semakin tinggi nilai perusahaan semakin sejahtera stakeholders (Kasmir, 2012:8).

Menurut Brigham Gapensi (1996) dalam Prasetyorini (2013:186):

“Nilai Perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”.

Jika dikaitkan dengan profitabilitas, maka setiap perusahaan yang akan berusaha memaksimalkan nilai perusahaan secara terus-menerus mengusahakan pertumbuhan dari penjualan dan penghasilannya.

Sedangkan menurut Agus Sartono (2012:122) profitabilitas adalah:

“Kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen”.

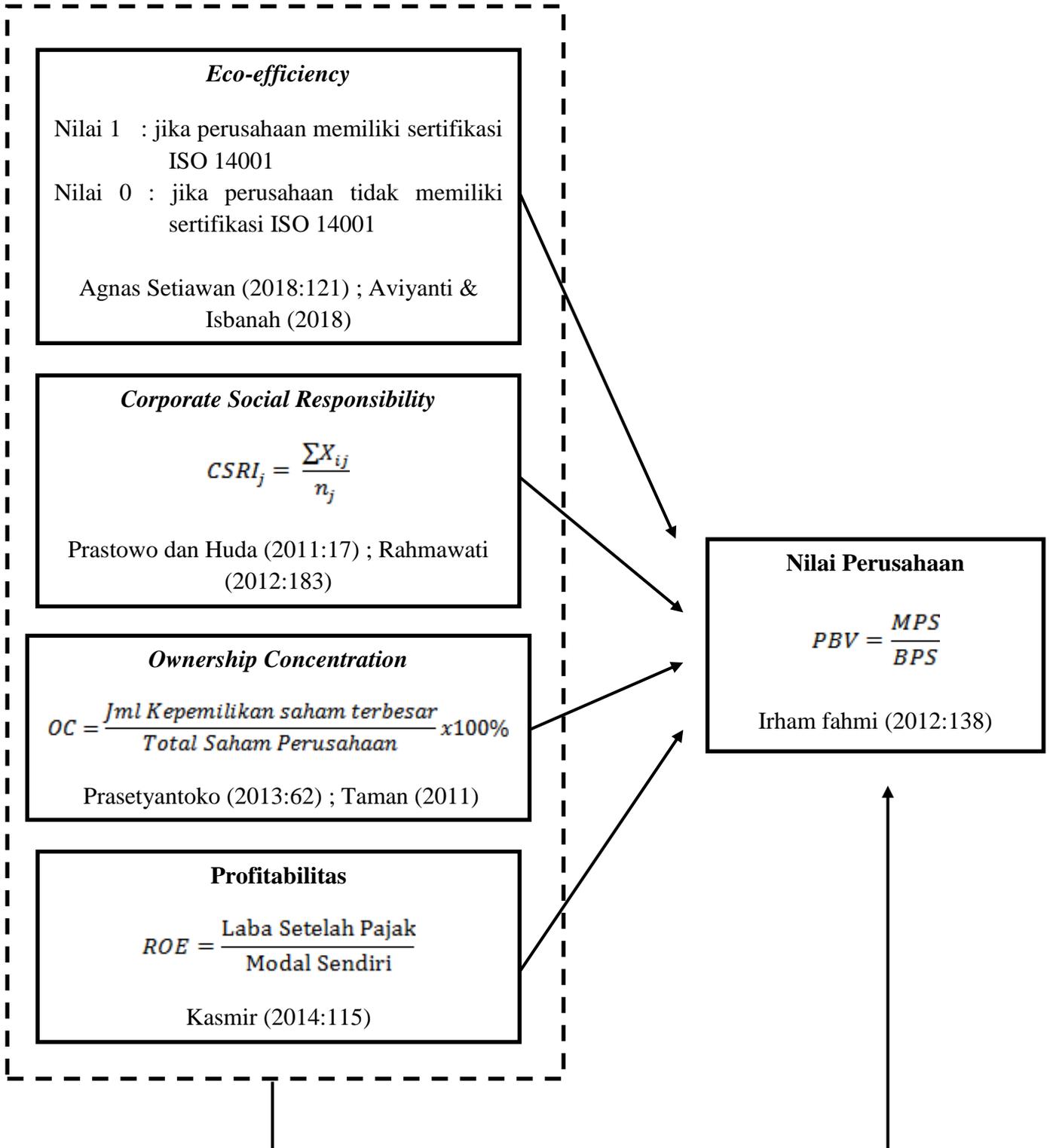
Dengan melihat definisi diatas, laba yang tinggi memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Semakin baik profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba meningkat, maka harga saham pun akan meningkat dan selanjutnya akan diikuti oleh tingginya nilai perusahaan.

Pada penelitian terdahulu yang membahas hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan mempunyai kaitannya dengan penelitian ini diantaranya oleh Lubis, Sinaga dan Sasongko (2017) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan mengemukakan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Nilai ROE yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para investor. Hal ini

merupakan daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan sehingga permintaan saham yang tinggi akan secara langsung meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013) serta Saputra (2018) mengemukakan hasil yang sama bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang cukup tinggi akan mendapatkan dana yang cukup, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya yang berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan yang terlihat dari kenaikan harga sahamnya.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan kajian pustaka, maka variabel terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban yang empirik dengan data (Sugiyono, 2013:96).

Adapun hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : *Eco-efficiency* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₂ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₃ : *Ownership Concentration* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₄ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₅ : *Eco-efficiency, Corporate Social Responsibility, Ownership Concentration* dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.