

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Signalling Theory*

Teori yang menjelaskan pentingnya pengukuran kinerja adalah teori signal (*signalling theory*). Teori signal membahas bagaimana seharusnya signal signal keberhasilan atau kegagalan manajemen (agen) disampaikan kepada pemilik (principal). Teori signal menjelaskan bahwa pemberian signal dilakukan oleh manajemen untuk mengurangi informasi asimetris. Menurut Sari dan Zuhrotun (2006), teori signal (*signalling theory*) menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal.

Dorongan tersebut timbul karena adanya informasi asimetris antara perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana manajemen mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih banyak dan lebih cepat dibandingkan pihak luar seperti investor dan kreditor. Kurangnya informasi yang diperoleh pihak luar tentang perusahaan menyebabkan pihak luar melindungi diri dengan memberikan nilai rendah untuk perusahaan tersebut. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetris, salah satu caranya adalah dengan memberikan signal kepada pihak luar berupa informasi

keuangan yang dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Laporan tentang kinerja perusahaan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut *signalling theory*, motivasi manajemen menyajikan informasi keuangan diharapkan dapat memberikan signal kemakmuran kepada pemilik ataupun pemegang saham. Publikasi laporan keuangan tahunan yang disajikan oleh perusahaan akan dapat memberikan signal pertumbuhan deviden maupun perkembangan harga saham perusahaan (Kusuma, 2006). Laporan keuangan yang mencerminkan kinerja baik merupakan signal atau tanda bahwa perusahaan telah beroperasi dengan baik. Signal baik akan direspon dengan baik pula oleh pihak luar, karena respon pasar sangat tergantung pada signal fundamental yang dikeluarkan perusahaan. Investor hanya akan menginvestasikan modalnya jika menilai perusahaan mampu memberikan nilai tambah atas modal yang diinvestasikan lebih besar dibandingkan jika menginvestasikan di tempat lain. Untuk itu, perhatian investor diarahkan pada kemampuan perusahaan yang tercermin dari laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan.

2.1.2 Pertumbuhan Perusahaan

2.1.2.1 Pengetian Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Evelin dan Vhanny (2021), Pertumbuhan Perusahaan ialah:

“Pertumbuhan perusahaan adalah perbandingan total aset yang dimiliki perusahaan dengan tahun sebelumnya.”

Menurut Indriawati dalam Jessica dan Yuliani (2021), Pertumbuhan Perusahaan adalah:

“Pertumbuhan Perusahaan (*Company Growth*) merupakan seberapa jauh perusahaan dapat menempatkan diri dalam perekonomian secara keseluruhan pada suatu lingkup industri tertentu”

Menurut Insani et., al (2017), Pertumbuhan Perusahaan adalah:

“Pertumbuhan perusahaan merupakan perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset perusahaan dimana pertumbuhan aset yang baik dalam suatu perusahaan disebut juga dengan perusahaan yang mampu untuk mengelola sumber daya dalam menghasilkan laba agar bisa menambah aset yang telah dimiliki”(Nurhayati Oliy, 2021)

Menurut Faizal dan Astrid (2021), Pertumbuhan Perusahaan adalah:

“Pertumbuhan perusahaan merupakan rasio yang menggambarkan presentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan perusahaan mencerminkan pencapaian suatu kepentingan sebelumnya dan dapat dimanfaatkan sebagai harapan untuk pertumbuhan di masa mendatang. Jika pertumbuhan perusahaan positif dan berkembang, hal itu menunjukkan nilai perusahaan yang besar dan merupakan asumsi bagi pemilik organisasi.”

Dari pengertian di atas sampai kepada pemahaman penulis bahwa Pertumbuhan Perusahaan merujuk pada perubahan dalam ukuran atau skala perusahaan, yang diukur melalui berbagai indikator, seperti total aset dan pos-pos keuangan lainnya dari tahun ke tahun. Pertumbuhan perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan laba

dan memperluas aset. Selain itu, pertumbuhan perusahaan juga mencerminkan posisi perusahaan dalam industri dan perekonomian secara keseluruhan, serta dapat menjadi indikator potensi perkembangan di masa mendatang.

2.1.2.2 Pengukuran Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Kasmir (2019:116) pengukuran rasio pertumbuhan perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Penjualan

Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan periode sebelumnya. Adapun rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan (t - 1)}}{\text{Penjualan (t - 1)}}$$

2. Pertumbuhan Laba Bersih

Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari periode sebelumnya. Adapun rumus untuk menghitung pertumbuhan laba bersih adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Laba Bersih} = \frac{\text{Net Profit (t)} - \text{Net Profit (t - 1)}}{\text{Net Profit (t - 1)}}$$

3. Pertumbuhan Pendapatan per Saham

Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh pendapatan atau laba per lembar saham

dibandingkan periode sebelumnya. Adapun rumus untuk menghitung pertumbuhan pendapatan per saham adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Pendapatan per Saham} = \frac{\text{Laba per saham tahun (t)} - \text{Laba per saham tahun (t - 1)}}{\text{Laba per saham tahun (t - 1)}}$$

4. Pertumbuhan Dividen per Saham

Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh dividen saham dibandingkan dengan total dividen per saham periode sebelumnya. Adapun rumus untuk menghitung pertumbuhan dividen per saham adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Dividen per Saham} = \frac{\text{Dividen per Saham tahun (t)} - \text{Dividen per Saham tahun (t - 1)}}{\text{Dividen per Saham tahun (t - 1)}}$$

Dalam penelitian ini menggunakan indikator Pertumbuhan Aset dalam mengukur Pertumbuhan Perusahaan karena Pertumbuhan Aset menunjukkan bahwa dimana merupakan aktiva yang digunakan untuk aktiva operasional perusahaan. Dimana Manajer dalam bisnis perusahaan dengan memperhatikan pertumbuhan amat lebih menyukai untuk melakukan investasi pada pendapatan setelah pajak dan mengharapkan kinerja yang lebih baik dalam pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

2.1.3 Likuiditas

2.1.3.1 Pengertian Likuiditas

Pengertian Likuiditas menurut Hasan et al (2022) yaitu sebagai berikut:

“Kemampuan untuk memenuhi seluruh kewajiban yang harus dilunasi segera dalam waktu yang singkat. Beberapa contoh utang jangka pendek perusahaan adalah pajak, utang usaha, dividen, dan lain. Menurut Irfani (2020) likuiditas adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban jangka pendeknya yang telah jatuh tempo dengan jaminan aset lancar yang dimiliki. Kewajiban jangka pendek perusahaan ini dapat dikategorikan sebagai kewajiban eksternal dan internal.”

Menurut Kasmir (2018:130) Likuiditas yaitu:

“Likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan.”

Menurut Syamsudin (2020:121) Likuiditas yaitu:

“Likuiditas adalah suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancarnya.”

Menurut Fahmi (2018:53) Likuiditas ialah::

“Likuiditas tidak hanya berkenaan dengan keadaan keseluruhan, keuangan perusahaan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuannya untuk mengubah aktiva lancar tertentu menjadi uang kas. Rasio likuiditas diketahui untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini penting karena kegagalan dalam membayar kewajiban dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan. Rasio ini mengukur pada kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relative terhadap utang lancarnya.”

Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang telah jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar. Likuiditas mengukur seberapa cepat aset lancar dapat diubah menjadi kas untuk memenuhi kewajiban yang bersifat mendesak. Faktor penting dalam likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk membayar utang, baik kepada pihak eksternal (seperti pajak dan dividen) maupun internal (utang usaha), guna mencegah kebangkrutan. Rasio likuiditas digunakan sebagai indikator untuk menilai kesehatan finansial jangka pendek perusahaan.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Likuiditas

Tujuan dan manfaat rasio likuiditas menurut Kasmir (2019:131) sebagai berikut:

1. “Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya jumlah kewajiban yang berumur di bawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aktiva lancar dikurangi sediaan dengan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. Sebagai alat perencanaan ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang.
7. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkan untuk beberapa periode.

8. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan hutang lancar.
9. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.”

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dan manfaat rasio likuiditas menurut Kasmir (2019), dapat disimpulkan bahwa rasio likuiditas memiliki peran penting dalam mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang akan segera jatuh tempo. Rasio ini juga membantu dalam menilai kekuatan perusahaan dalam membayar utang dengan menggunakan aktiva lancar, baik secara keseluruhan maupun setelah dikurangi komponen seperti sediaan atau piutang. Selain itu, rasio likuiditas berfungsi sebagai alat untuk perencanaan kas dan utang di masa depan, pemantauan kondisi keuangan perusahaan dari waktu ke waktu, serta mengidentifikasi kelemahan dalam struktur aktiva lancar dan utang lancar. Rasio ini juga menjadi tolok ukur yang mendorong manajemen untuk memperbaiki kinerja perusahaan guna meningkatkan stabilitas likuiditas.

2.1.3.3 Pengukuran Likuiditas

Menurut Kasmir (2019:134) dalam melakukan pengukuran rasio likuiditas dapat dilakukan dengan jenis-jenis rasio likuiditas yaitu sebagai berikut:

1. *Current Ratio* (Rasio Lancar)

Merupakan Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh

tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. *Current Ratio* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}}$$

2. *Quick Ratio* (Rasio Cepat)

Merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan Perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (inventory). *Quick Ratio* dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang lancar}}$$

3. *Cash Ratio* (Rasio Kas)

Merupakan Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersediannya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro atau Tabungan di bank. *Cash Ratio* dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{kas} + \text{bank}}{\text{Hutang lancar}}$$

Didalam penelitian ini penulis menggunakan rasio *Current Ratio* untuk mengukur likuiditas, karena dari *Current Ratio* peneliti dapat mengetahui seberapa banyak uang tunai yang tersedia di perusahaan, hal ini dapat membantu peneliti mengukur seberapa kuat finansial perusahaan dalam jangka pendek, semakin tinggi *current ratio* nya, maka semakin stabil perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah nilainya, semakin besar risiko likuiditasnya (Kasmir:2014).

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Setiap perusahaan bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba dari modal yang mereka kelola. Maka dari itu, manajemen perusahaan dituntut untuk mencapai target tertentu yang sudah direncanakan sebelumnya. Tujuan utama rasio ini yaitu dapat melihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan ataupun kenaikan sekaligus mencari penyebab terjadinya perubahan tersebut.

Menurut Mamduh Hanafi dan Abdul Halim (2016:81) rasio profitabilitas adalah:

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham yang tertentu.”

Menurut Kasmir (2018:196) rasio profitabilitas adalah:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.”

Menurut Fahmi (2020:140) rasio profitabilitas adalah:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengevaluasi seberapa baik perusahaan dikelola secara keseluruhan berdasarkan besarnya keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin tinggi nilai pada rasio ini, maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit.”

Dari beberapa penjelasan diatas dapat diketahui bahwa rasio profitabilitas merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit atau keuntungan. Profitabilitas dinilai penting karena perusahaan perlu berada dalam situasi yang baik untuk melakukan aktivitas perusahaan. Sebuah perusahaan dapat dikatakan dalam kondisi yang lebih baik ketika rasio profitabilitasnya lebih tinggi dari rata-rata.

2.1.4.2 Tujuan Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019:198) ada beberapa tujuan dan manfaat rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. “Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan 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.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
7. Dan tujuan lainnya.”

2.1.4.3 Pengukuran Profitabilitas

Menurut Hery (2018:194) untuk mengukur Profitabilitas dapat digunakan rasio-rasio profitabilitas sebagai berikut::

1. *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor)

Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

2. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dapat dihitung dengan Rumus yaitu:

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

3. *Operating Profit Margin* (Margin Laba Operasional)

Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

4. *Return On Equity* (Hasil Pengembalian Atas Ekuitas)

Rasio ini digunakan untuk mengukur besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

5. *Return on Assets* (Hasil Pengembalian atas Aset)

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Return On Equity* (ROE) untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan ekuitasnya untuk menghasilkan laba. Alasan penulis memilih ROE sebagai proksi dalam penelitian ini karena ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pemegang saham, dimana ROE menunjukkan tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham biasa. Rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan modal sendiri dalam menghasilkan keuntungan, sehingga semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba per lembar saham bagi investor, maka akan memberikan penilaian yang positif terhadap harga saham. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan dengan tingkat ROE yang tinggi sehingga harga saham perusahaan akan meningkat.

2.1.5 *Corporate Social Responsibility*

2.1.5.1 Pengertian CSR

Corporate Social Responsibility menurut Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 adalah sebagai berikut: “Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di

bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang, baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan.”

Menurut Hermawan dan Herawati (2021:15) *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai:

“Tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para stakeholder sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma internasional, terintegrasi diseluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.”

Parwata dan Anggara (2022) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan strategi yang diterapkan oleh suatu perusahaan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan sosial untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.”

2.1.5.2 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Syairozi (2019:14) tujuan perusahaan mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah untuk mendongkrak reputasi dan citra merek perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat melakukan pengurangan biaya misalnya terkait dampak pembuangan limbah atau gas industri. Dalam melaporkan laporan CSR, akuntabilitas merupakan salah satu syarat utama dalam bentuk laporan, sehingga laporan yang dihasilkan dapat dinyatakan sebagai salah satu syarat peminjaman atau kredit yang diberikan bank. Secara umum, tujuan

pengungkapan CSR dalam bentuk laporan dapat dinyatakan sebagai salah satu upaya perusahaan memenuhi harapan masyarakat akan perusahaan yang berkinerja baik tidak hanya dalam masalah ekonomi saja, tetapi dalam bidang sosial dan lingkungan.

2.1.5.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Imam Syairozi (2019:15) selain mendapat manfaat bagi perusahaan, dengan menerapkan CSR dapat mendatangkan manfaat yang positif bagi masyarakat dan pemerintah, yaitu:

1. “Manfaat bagi masyarakat, dapat meningkatkan berbagai sektor seperti pengadaan Pendidikan yang layak dan berkualitas bagi masyarakat, sektor tenaga kerja seperti meningkatkan pelatihan atau training untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat luas,
2. Manfaat bagi pemerintah, aktivitas dari CSR sendiri berhubungan dengan masalah yang ada di berbagai daerah seperti halnya masalah Pendidikan, kurangnya akses kesehatan bagi masyarakat sekitar, dan pembangunan fasilitas umum untuk kepentingan orang banyak. Dengan adanya kerja sama dari adanya kebijakan pemerintah dengan perusahaan atau organisasi yang menerapkan CSR, banyak masyarakat yang terbantu akan adanya pelaksanaan CSR disekitar mereka.”

2.1.5.4 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility*

Sehubungan dengan ruang lingkup *Corporate Social Responsibility*, Hermawan dan Herawati (2021:17) menyatakan ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, yaitu:

1. “*Corporate Philantrophy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana usaha amal ini tidak berhubungan langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau

- juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut;
2. *Corporate responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan;
 3. *Corporate policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar menawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.”

2.1.5.5 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Penerapan tanggung jawab sosial merupakan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Penerapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi *CSR Index (Corporate Social Responsibility Disclosure Index)* berdasarkan indikator *GRI (Global Reporting Initiative)* yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari *website* www.globalreporting.org. Indikator *GRI* terdiri dari 3 fokus utama dalam pengungkapan, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan sebagai dasar laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek keternagakerjaan, dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Indikator *GRI* dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh berbagai perusahaan di dunia. (Luqmansyah, 2023).

Pendekatan untuk menghitung *CSR Index* menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item *CSR* dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya seluruh item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Menurut Hermawan dan Herawati (2021:26) rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Index* Perusahaan J

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, N_j = 117 (Skor Maksimal)

$\sum X_{ij}$: *Dummy variabel*: 1 = jika item i diungkapkan;

0 = jika item i tidak diungkapkan

Penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dituangkan dalam laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) menyajikan informasi terkait aspek material, yaitu aspek yang mencerminkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang secara nyata memengaruhi asesmen dan pengambilan keputusan pemangku kepentingan. Salah satu format yang dapat digunakan saat ini adalah standar GRI. Standar GRI mewakili praktik terbaik secara global dalam hal pelaporan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan kepada publik. Menyiapkan laporan sesuai dengan standar GRI memberikan gambaran inklusif tentang material organisasi, dampak terkaitnya, dan pengelolaan terkait dampak tersebut. Perusahaan dapat melaporkan informasi spesifik menggunakan standar GRI.

GRI *Standard* juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, dan laporan yang membahas mengenai normal-normal internasional tertentu atau pelaporan online. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 117 item. (www.globalreporting.org). Indikator kinerja yang disebutkan GRI standar sebagai berikut:

Tabel 2.1
GRI-Standards

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
GRI 2 PENGUNGKAPAN UMUM (2021)	
2-1	Rincian organisasi.
2-2	Entitas yang termasuk ke dalam laporan keberlanjutan.
2-3	Periode, frekuensi dan titik kontak pelaporan.
2-4	Pernyataan kembali informasi.
2-5	Jaminan eksternal
2-6	Aktivis, rantai nilai dan hubungan bisnis lainnya.
2-7	Tenaga kerja.
2-8	Pekerja yang bukan pekerja langsung.
2-9	Struktur dan komposisi tata kelola.
2-10	Nominasi dan pemilihan badan pemerintahan tertinggi.
2-11	Ketua badan pemerintahan tertinggi.
2-12	Peran badan pemerintahan tertinggi dalam mengawasi manajemen dampak.
2-13	Delegasi tanggung jawab untuk mengelola dampak.
2-14	Peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaporan berkelanjutan.
2-15	Konflik keagenan.
2-16	Komunikasi masalah penting.
2-17	Pengetahuan kolektif dari badan pemerintahan tertinggi.
2-18	Evaluasi kinerja badan pemerintahan tertinggi.
2-19	Kebijakan remunerasi.
2-20	Proses untuk menentukan remunerasi.
2-21	Total rasio kompensasi tahunan.
2-22	Pernyataan tentang strategi pembangunan berkelanjutan.
2-23	Komitmen kebijakan.
2-24	Menanamkan komitmen kebijakan.
2-25	Proses untuk memulihkan dampak negatif.

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
2-26	Mekanisme untuk mencari nasihat dan mengemukakan masalah.
2-27	Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan.
2-28	Asosiasi keanggotaan.
2-29	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan.
2-30	Perjanjian perundingan bersama.
GRI 3 – TOPIK MATERIAL (2021)	
3-1	Proses untuk menentukan topik material.
3-2	Daftar topik material.
3-3	Manajemen topik material.
GRI 201 – KINERJA EKONOMI (2016)	
201-1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
201-2	Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim.
201-3	Kewajiban program pension manfaat pasti dan program pension lainnya.
201-4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
GRI 202 – KEBERADAAN PASAR (2016)	
202-1	Rasio standar upah karyawan pemula berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional.
202-2	Proporsi manajemen senior yang berasal dari Masyarakat setempat.
GRI 203 – DAMPAK EKONOMI TIDAK LANGSUNG (2016)	
203-1	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan.
203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan.
GRI 204 – PRAKTIK PENGADAAN (2016)	
204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal.
GRI 205 – ANTI KORUPSI (2016)	
205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi.
205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti-korupsi.
205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
GRI 206 – PERILAKU ANTI PERSAINGAN	
206-1	Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik antipakat dan monopoli.
GRI 207 – PAJAK (2019)	
207-1	Pendekatan terhadap pajak.
207-2	Tata kelola, pengendalian dan manajemen resiko pajak.
207-3	Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan perhatian yang berkaitan dengan pajak.
207-4	Laporan per negara.
GRI 301 – MATERIAL (2016)	
301-1	Material yang digunakan berdasarkan berat dan volume.
301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan.
301-3	Produk reclaimed dan material kemasannya.
GRI 302 – ENERGI (2016)	
302-1	Konsumsi energi di dalam organisasi.
302-2	Konsumsi energi diluar organisasi.
302-3	Intensitas energi.
302-4	Pengurangan konsumsi energi.

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa.
GRI 303 – AIR DAN EFLUEN (2018)	
303-1	Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama.
303-2	Manajemen dampak yang berkaitan dengan pembuangan air.
303-3	Pengambilan air.
303-4	Pembuangan air.
303-5	Konsumsi air.
GRI 304 – KEANEKARAGAMAN HAYATI (2016)	
304-1	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada kegiatan keanekaragaman hayati.
304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi.
304-4	Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi.
GRI 305 – EMISI (2016)	
305-1	Emisi GRK (cakupan 1) langsung.
305-2	Emisi energi GRK (cakupan 2) tidak langsung.
305-3	Emisi GRK (cakupan 3) tidak langsung lainnya.
305-4	Intensitas emisi GRK.
305-5	Pengurangan emisi GRK.
305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS).
305-7	Nitrogen Oksida (NO ₂), Sulfur Oksida (SO ₂) dan emisi udara yang signifikan lainnya.
GRI 306 – LIMBAH (2020)	
306-1	Timbulan sampah dan dampak signifikan.
306-2	Pengelolaan dampak signifikan terkait limbah.
306-3	Limbah yang dihasilkan.
306-4	Limbah yang dialihkan.
306-5	Limbah diarahkan ke pembuangan.
GRI 308 – PENILAIAN LINGKUNGAN PEMASOK (2016)	
308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan.
308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pemasokan dan tindakan yang telah diambil.
GRI 401 – KEPEGAWAIAN (2016)	
401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan.
401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu.
401-3	Cuti melahirkan.
GRI 402 – HUBUNGAN TENAGA KERJA/MANAJEMEN (2016)	
402-1	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional.
GRI 403 – KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (2018)	
403-1	Sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja.
403-2	Identifikasi bahaya, penilaian risiko dan investigasi insiden.

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
403-3	Layanan kesehatan kerja.
403-4	Partisipasi, konsultasi dan komunikasi pekerja tentang keselamatan dan kesehatan kerja.
403-5	Pelatihan pekerja mengenai keselamatan dan kesehatan kerja.
403-6	Peningkatan kualitas kesehatan kerja.
403-7	Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis.
403-8	Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen keselamatan kerja.
403-9	Kecelakaan kerja.
403-10	Penyakit akibat kerja.
GRI 404 – PELATIHAN DAN PENDIDIKAN (2016)	
404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan.
404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan pelatihan.
404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier.
GRI 405 – KEANEKARAGAMAN DAN KESEMPATAN SETARA (2016)	
405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan.
405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi Perempuan dibandingkan laki-laki.
GRI 406 – NON DISKRIMINASI (2016)	
406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan yang dilakukan.
GRI 407 – KEBEBASAN BERSERIKAT DAN PERUNDINGAN KOLEKTIF (2016)	
407-1	Operasi dan pemasok dimana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko.
GRI 408 – PEKERJA ANAK (2016)	
408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak.
GRI 409 – KERJA PAKSA ATAU WAJIB KERJA (2016)	
409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja.
GRI 410 – PRAKTIK KEAMANAN (2016)	
410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia.
GRI 411 – HAK-HAK MASYARAKAT ADAT (2016)	
411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak Masyarakat adat.
GRI 413 – MASYARAKAT LOKAL (2016)	
413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak dan program pengembangan.
413-2	Operasi yang secara actual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal.
GRI 414 – PENILAIAN SOSIAL PEMASOK (2016)	
414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil.
GRI 415 – KEBIJAKAN PUBLIK (2016)	
415-1	Kontribusi politik.
GRI 416 – KESEHATAN KESELAMATAN DAN PELANGGAN (2016)	

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kriteria produk dan jasa.
416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan sampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa.
GRI 417 – PEMASARAN DAN PELABELAN (2016)	
417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa.
417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran.
GRI 418 – PRIVASI PELANGGAN (2016)	
418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

Sumber: www.globalreporting.org

2.1.6 Nilai perusahaan

2.1.6.1 Pengertian Nilai perusahaan

Perusahaan bisa tumbuh dan berkembang salah satunya karena adanya investor. Tetapi yang perlu diketahui, tidak semua investor mau untuk menginvestasikan uangnya dalam Perusahaan. Ada beberapa hal yang dilihat investor sebelum memutuskan berinvestasi pada suatu Perusahaan. Nilai Perusahaan adalah salah satu pertimbangan investor sebelum memutuskan untuk memberikan dana kepada Perusahaan.

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham yang pengukurannya dapat dilakukan dengan melihat perkembangan harga saham di bursa, jika harga saham meningkat berarti nilai perusahaan meningkat. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari kesejahteraan pemilik perusahaan serta pemegang saham

perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan (Supeno, 2022).

Pengertian nilai perusahaan menurut Fauziah (2017:2) adalah:

“Nilai perusahaan adalah alat ukur investor untuk mengetahui kinerja perusahaan, berkenaan dengan investasi yang telah atau akan mereka lakukan dan prospeknya dimasa yang akan datang.”

Menurut Indrarini (2019:2) nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham”.

Selanjutnya, Menurut (Sulastrri & Nurdiansyah, 2017) nilai perusahaan sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah suatu tujuan jangka panjang perusahaan yang dilihat dari harga per sahamnya karena merupakan suatu penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan gambaran dari kinerja perusahaan yang bisa mempengaruhi atensi penanam saham/investor kepada perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan ataupun pemegang saham perusahaan.

2.1.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Dalam Riski (2020), faktor-faktor yang mempengaruhi nilai Perusahaan antara lain:

- a. “Ukuran Perusahaan Ukuran perusahaan dapat berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena pada perusahaan-perusahaan besar, pemilik saham pada dasarnya terpisah dari manajemen, sehingga kurang berdaya mengubah manajemen. Ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh negatif karena sekalipun perusahaan besar memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan lebih besar, namun modal yang digunakan juga besar, sehingga profitabilitasnya bisa jadi tidak terlalu tinggi dibanding perusahaan dengan ukuran lebih kecil.
- b. Profitabilitas. Sejalan dengan peningkatan likuiditas, jika terjadi peningkatan laba sehingga ROA meningkat, maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola modal untuk menghasilkan laba, sehingga nilai perusahaan akan meningkat.
- c. Pertumbuhan laba sama halnya dengan pertumbuhan laba dan sejalan dengan peningkatan likuiditas, jika terjadi peningkatan laba sehingga *growth of earning after tax* meningkat, maka semakin baik kinerja perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan meningkat.
- d. Likuiditas. Semakin tinggi likuiditas perusahaan (yang salah satunya tercermin dalam rasio kas atas aktiva lancar), semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat.
- e. Inflasi. Inflasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kondisi inflasi akan menurunkan daya beli perusahaan, sehingga perusahaan akan terdorong untuk melakukan retensi dana lebih besar agar dapat terus membiayai aktivitasnya.”

2.1.6.3 Pengukuran Nilai perusahaan

Pengukuran nilai Perusahaan menjadi penting untuk menentukan nilai wajar, pengukuran nilai Perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan beberapa metode dan pendekatan.

Menurut Fauziah (2017:2), nilai Perusahaan dapat diukur dengan:

1. *Price Earning Ratio (PER)*

Menurut Fauziah (2017:3) pengertian *Price Earning Ratio* adalah:

“*Price Earning Ratio (PER)* merupakan rasio yang mengukur perbandingan harga saham dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham. Semakin besar PER maka semakin besar pula kemungkinan Perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan.”

Menurut Eduardus Tandelilin (2017:38):

“*Price Earning Ratio (PER)* mengidentifikasi banyaknya rupiah dari laba yang saat ini investor bersedia membayar sahamnya dengan kata lain PER merupakan harga untuk tiap rupiah laba.”

Untuk mengukur *Price Earning Ratio* digunakan rumus sebagai berikut:

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

2. *Price Book Value (PBV)*

Menurut Fauziah (2017:3) *Price Book Value* adalah:

“*Price Book Value (PBV)* merupakan rasio harga saham per lembar terhadap nilai buku per lembar saham Perusahaan. Nilai buku per lembar saham menunjukkan asset bersih per lembar saham yang dimiliki oleh pemegang saham.”

Rumus yang digunakan untuk mengukur nilai *Price Book Value (PBV)*:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book value Per Share}}$$

Keterangan:

PBV : *Price Book Value*

MPS : *Market Price per Share* atau Harga Pasar per saham

BPS : *Book Price per Share* atau nilai buku persaham

Market price (nilai pasar) dapat menggunakan harga penutupan saham yang bersangkutan di bursa efek, dimana harga penutupan merupakan representatif dari penawaran dan permintaan saham tersebut di pasar. *Book Value* (BV) adalah jumlah keseluruhan ekuitas perusahaan dibagi dengan jumlah saham yang beredar dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$BV = \frac{\text{Total Nilai Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Total nilai ekuitas adalah total nilai aset (aktiva) dikurangi total nilai utang (*liabilities*). Penggunaan nilai buku (*book value*) pada formula tersebut membuat *Price to Book Value* (PBV) sering digunakan, diantaranya karena hal-hal berikut ini:

- a. Nilai buku (*book value*) relatif stabil sehingga perubahan PBV lebih disebabkan harga pasar.
- b. Selain mengakomodir perkembangan harga pasar PBV juga mengakomodir nilai akuntansi dalam hal ini nilai buku.
- c. Dapat digunakan untuk menghitung atau menilai saham yang mengalami kerugian.

3. Tobin's Q

Menurut Fauziah (2017:6) Tobin's Q adalah:

“Tobin's Q adalah nilai pasar dari *common stock* dan *financial liabilities*. Tobin's Q merupakan perbandingan nilai pasar Perusahaan dengan investasi

bersihnya. Jika harga saham meningkat maka nilai pasar Perusahaan juga akan mengalami peningkatan.”

Rumus yang digunakan untuk menghitung Tobin's Q:

$$Tobin's\ Q = \frac{(MVE + DEBT)}{TA}$$

Keterangan :

MVE : Nilai pasar ekuitas (*MVE Closing price* x jumlah saham beredar)

DEBT : Total hutang perusahaan

TA : Total Aktiva

Dalam penelitian ini nilai perusahaan akan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). PBV dipilih sebagai alat pengukuran nilai perusahaan karena dalam beberapa penelitian terdahulu PBV digunakan sebagai alat pengukuran nilai perusahaan. Alasan lain yang menjadikan PBV dipilih sebagai alat pengukuran nilai perusahaan karena PBV dinilai paling dapat menggambarkan nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan menggunakan PBV dinilai tepat karena instrumen penghitungan PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. Harga saham akan naik apabila permintaan akan saham suatu perusahaan meningkat yang disebabkan beberapa faktor seperti, tingginya tingkat pembagian dividen, tingginya profit yang dihasilkan dan tingginya tingkat likuiditas perusahaan

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Hasil penelitian
1	Ucu Tuti Alawiyah Seskia Pietyana Dewi Senewe Elin Paulina 2023	<i>The Effect of Liquidity, Profitability and Leverage on Firm Value</i>	<i>Liquidity, Profitability and Leverage have effect significant on Firm Value</i>
2	Iski Mila Syaimila Mursidi Erna Retno Rahadjeng 2023	<i>The Effect of Company Size, Profitability, and Liquidity on Capital Structure of Manufacturing Companies in Indonesia Food and Beverage Sector</i>	<i>Company Size, Profitability, and Liquidity have effect significant on Capital Structure of Manufacturing Companies in Indonesia Food and Beverage Sector</i>
3	Irma Sulastri Nor Norisanti Sopyan Saori 2023	<i>Analysis Of the Influence of Profitability, Likuidity, Capital Structure, Sales Growth and Managerial Ownership on Company Value in The Manufacturing Manufaktur Sector Enlisted in The LQ45 Index</i>	<i>Profitability, Likuidity, Capital Strukture, Sales Growth and Managerial Ownership have effect significant on Company Value in The Manufacturing Manufaktur Sector Enlisted in The LQ45 Index</i>
4	Novia Halimatus Sa'diah Ester Manik Windi Matsuko Danasasmita 2023	<i>The Effect Of Liquidity And Profitability On Company Value (Study On Cement Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange For The 2016-2020 Period)</i>	<i>Liquidity And Profitability have effect significant On Company Value (Study On Cement Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange For The 2016-2020 Period)</i>
5	Muchamad Aqil Nugoho Lucky Nugroho 2023	<i>The Effect Of Liquidity, Sales Growth, Leverage, Profitability, Company Size On Company Value</i>	<i>Liquidity, Sales Growth, Leverage, Profitability, Company Size have effect significant On Company Value</i>
6	Dian Indri Purnamasari Putri Yuliana 2024	<i>The Influence of Capital Structure, Company Growth, Liquidity, and Profitability on Company Value in Food and Beverages Sector Companies Listed on the IDX for 2017 – 2022</i>	<i>Capital Structure, Company Growth, Liquidity, and Profitability have effect significant on Company Value in Food and Beverages Sector Companies Listed on the IDX for 2017 - 2022</i>
7	Agus Ismaya Hasanudin Risma Nindya Primawresti	<i>The Influence of Profitability and Liquidity on Company Value with Capital Structure as Moderating Variables</i>	<i>Profitability and Liquidity have effect significant on Company Value with Capital Structure as Moderating Variables</i>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Hasil penelitian
	Tri Lestari 2022		
8	Aulia Nur Rohmah Ika Yustina Rahmawati Naelati Tubastuvi Alfalisyanto	<i>The Influence of Company Growth, Capital Structure, Company Size, Profitability and Liquidity on Company Value</i>	<i>Company Growth, Capital Structure, Company Size, Profitability and Liquidity have effect significant on Company Value</i>
9	Jamiah 2023	<i>The Effect Of Profitability And Liquidity On Company Value (Case Study Of Banking Company On Idx 2014-2018)</i>	<i>Profitability And Liquidity have effect significant On Company Value (Case Study Of Banking Company On Idx 2014-2018)</i>
10	Lydia Indah Permatasari Yanuar Ramadhan 2023	<i>The Effect of Company Growth and Liquidity on Company Value with Capital Structure as an Intervening Variable</i>	<i>Company Growth and Liquidity have effect significant on Company Value with Capital Structure as an Intervening Variable</i>

Sumber: Data diolah penulis (2024)

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan dapat dilihat dari perubahan peningkatan atau penurunan suatu total aset yang dimiliki sebuah perusahaan dengan cara membandingkan total aset tahun tertentu dengan tahun sebelumnya. Dengan pertumbuhan yang meningkat perusahaan akan memperoleh keuntungan yang meningkat pula. Hal ini akan menarik minat investor dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Tikawati (2016), menyimpulkan bahwa pertumbuhan (growth) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin meningkat tingkat pertumbuhan (growth) maka akan mengakibatkan pada nilai perusahaan yang akan meningkat pula. Karena jika pertumbuhan terus meningkat maka perusahaan tersebut dinilai memiliki prospek

yang baik dalam hal-hal kegiatan usahanya begitu pula dengan kinerja perusahaan juga akan baik dalam memperoleh return dan nilai perusahaan sesuai dengan yang diharapkan para investor.

Pertumbuhan perusahaan merupakan indikator untuk melihat peluang pertumbuhan perusahaan yang dilihat dari perubahan total asset perusahaan. Perusahaan yang memiliki total asset terus meningkat dari tahun ketahun memiliki tingkat peluang pertumbuhan yang baik. Hal ini disebabkan karena besarnya perubahan total asset perusahaan tahun ini lebih besar dibandingkan dengan perubahan total asset tahun sebelumnya. Karena setiap ada peningkatan perubahan total asset perusahaan selama satu periode akan mendapatkan respon positif dari investor, karena investor menilai bahwa perusahaan yang tumbuh dengan cepat dapat menghasilkan laba yang besar pula. Laba inilah yang akan menarik investor untuk menanamkan modal diperusahaan tersebut. Dengan demikian tingkat permintaan saham meningkat yang diikuti dengan tingginya harga saham. Tingginya harga saham inilah yang meningkatkan nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Fahlevi (2023) dan Suastra et al., (2023). Penelitian yang dilakukan oleh Bariyyah et al., (2019) dan Ramdhonah et al., (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya pertumbuhan perusahaan dianggap sebagai sinyal positif untuk para investor, karena peningkatan aset memiliki potensi peningkatan arus kas yang

tinggi dimasa mendatang. Peningkatan pertumbuhan perusahaan dapat menjadi indikator prospek perusahaan di masa yang akan datang

2.2.2 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Rasio likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek tepat pada waktunya. Pengendalian yang cukup diperlukan untuk mempertahankan kegiatan dan kelancaran operasional perusahaan yang bertujuan untuk menghindari adanya tindakan penyelewengan atau penyalahgunaan oleh karyawan perusahaan.

Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tinggi likuiditas dapat menunjukkan dana yang tersedia untuk membayar dividen, membiayai operasi perusahaan dan investasi sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan semakin baik. Hal ini disebabkan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi mempunyai dana internal yang besar, sehingga perusahaan juga menggunakan dana internalnya terlebih dahulu untuk membiayai investasinya sebelum menggunakan pembiayaan eksternal melalui hutang. Hal tersebut dapat meningkatkan permintaan investor terhadap saham perusahaan meningkat. Peningkatan permintaan saham akan mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat.

Likuiditas adalah kapabilitas perusahaan dalam memenuhi current liabilities pada saat jatuh tempo, rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan tingginya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Selain itu rasio likuiditas

yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana di perusahaan untuk operasional perusahaan dan melakukan pembayaran dividen. Perusahaan dengan tingkat likuiditas tinggi dianggap baik oleh pemegang saham, karena dipersepsikan oleh para investor bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga bisa menaikkan harga saham yang akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan. (Mawarni, 2020). Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Maronrong dan Setiani (2017), bahwa dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa likuiditas (current ratio) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari dkk (2020), didapatkan kesimpulan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi rasio likuiditas artinya semakin baik bagi perusahaan, karena rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk segera memenuhi hutang jangka pendeknya

2.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Ratio profitabilitas diperlukan untuk mengukur laba atau keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dalam menjual produk perusahaan. Ratio profitabilitas adalah ratio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Pada dasarnya penggunaan ratio ini yakni menunjukkan tingkat efisiensi suatu perusahaan (Kasmir, 2015).

Semakin tingginya profitabilitas perusahaan juga akan meningkatkan laba per lembar saham perusahaan. Adanya peningkatan per lembar saham akan membuat investor tertarik untuk menanam modal dengan membeli saham

perusahaan, maka dari itu tingginya profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan. Ratio profitabilitas akan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan bahwa kinerja fundamental perusahaan yang di proksikan dengan dimensi profitabilitas perusahaan memiliki hubungan kualitas terhadap nilai perusahaan.

Menurut Harmono (2017:110) apabila kinerja manajemen perusahaan yang diukur dengan profitabilitas dalam kondisi baik, maka akan memberikan dampak positif terhadap keputusan investor di pasar modal untuk menanamkan modalnya dalam bentuk penyertaan modal. Selanjutnya Hery (2017:17) mengatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan akan meningkatkan laba per lembar saham yang kemudian akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham perusahaan. apabila banyak investor yang membeli saham perusahaan maka akan berpengaruh terhadap kenaikan harga saham perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Kasmir (2016:12) apabila perusahaan memperoleh keuntungan yang semakin besar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Sebaliknya apabila perusahaan mengalami kerugian, maka nilai perusahaan akan turun. Semakin tinggi rasio profitabilitas semakin baik posisi perusahaan di mata investor. Dampak kedepannya perusahaan dapat membiayai perusahaan terbiayainya investasi atas dana yang didapatkan dari sumber dalam serta ada pada laba ditahan. Profitabilitas yang diukur dengan ROE dijadikan nilai baik bagi pemodal serta menumbuhkan nilai perusahaan.

Sabrin, Buyung Sarita, Dedy Takdir, Sujono, (2016) menyatakan “ *The results of data analysis proves that the profitability has affect the firm value because the value is a positive on the achievement of profit to justify the payment of dividends, so the stock price will increase because the company showed a positive signal to pay dividends*” yang berarti membuktikan bahwa profitabilitas telah mempengaruhi nilai perusahaan karena nilainya positif pada pencapaian laba, sehingga harga saham akan meningkat karena perusahaan menunjukkan sinyal positif untuk membayar dividen.

Beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Nopianti dan Suparno (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan meningkatnya profitabilitas maka akan memberikan sinyal baik kepada investor yang berdampak kepada tingginya permintaan terhadap saham oleh investor. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dwiastuti dan Dillak (2019) Suastra et al., (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya laba perusahaan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti peningkatan harga saham dan memperlihatkan kondisi perusahaan yang baik, sehingga dapat menarik investor untuk membeli saham perusahaan.

2.2.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

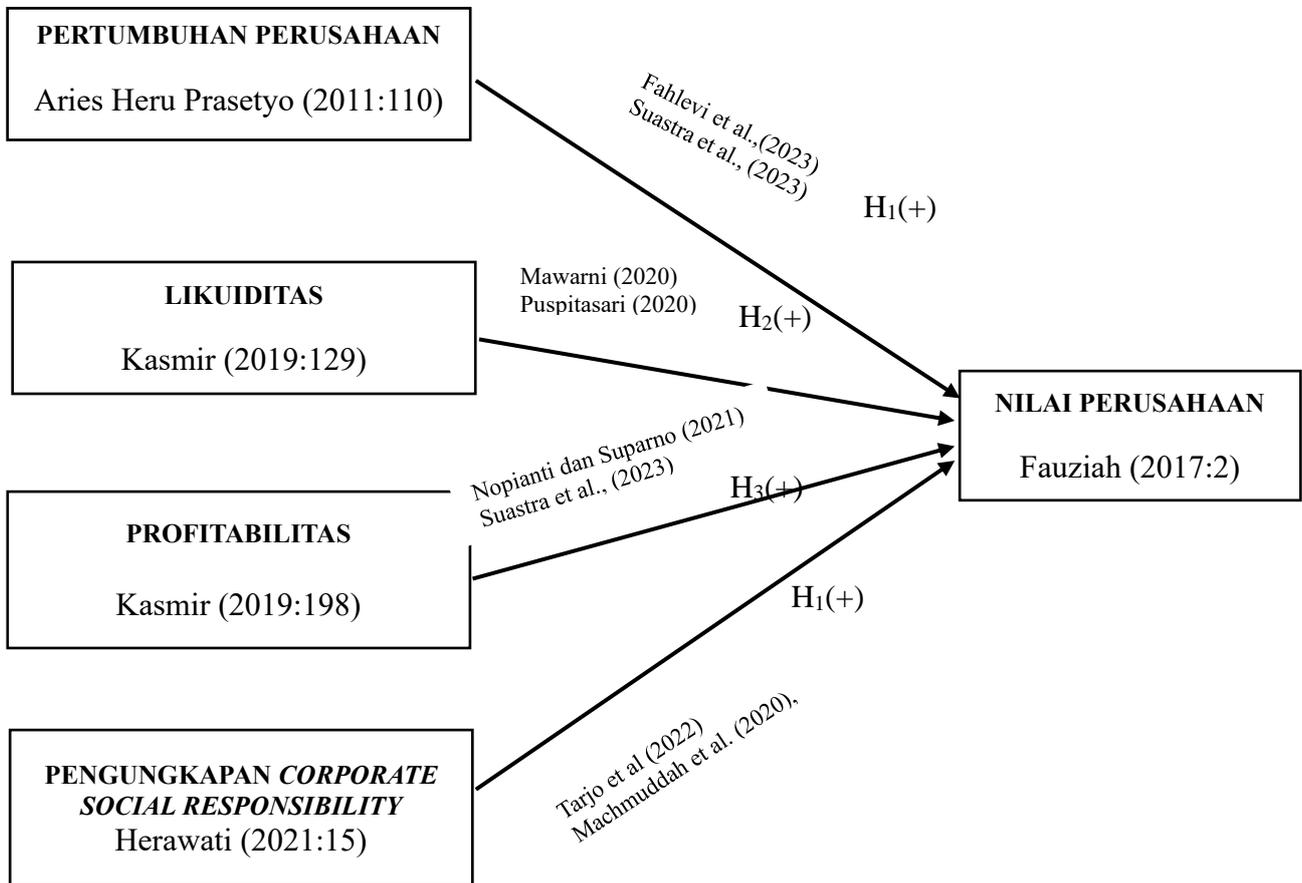
CSR adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Rosidah, 2018:224). *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan klaim stakeholders agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (shareholders), tapi juga untuk kemaslahatan pihak stakeholders dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan. Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (shareholders), tetapi juga untuk kepentingan pihak stakeholders dalam praktik bisnis (Danu, 2019).

Saat suatu perusahaan dalam kondisi aktif dalam praktik CSR yang efektif, hal itu dapat menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dalam hal ini dikarenakan investor dapat lebih mempercayainya. Kepercayaan investor inilah yang dapat meningkatkan minat mereka dalam berinvestasi dalam saham perusahaan. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan & Ernaya, 2023) menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR secara efektif pasti akan memiliki pengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Jika sebuah perusahaan memiliki pengungkapan CSR yang tinggi maka semakin besar pula pertumbuhan nilai perusahaan. Hal

tersebut sejalan dengan teori stakeholder serta legitimasi yang menyatakan bahwa jika sebuah perusahaan memperhatikan para stakeholdersnya melalui CSR maka akan mendapatkan citra sosial yang baik.

Dalam konteks teori stakeholder, Adam dan McNicholas (dikutip oleh Rokhlinasari, 2016) menjelaskan bahwa teori *stakeholder* memiliki kaitan erat dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bertujuan untuk membantu manajer meningkatkan nilai dari tindakan mereka sambil meminimalkan kerugian bagi stakeholder. Penerapan CSR yang efektif sesuai dengan prinsip-prinsip teori stakeholder dapat memengaruhi nilai perusahaan secara positif. Ketika perusahaan secara proaktif memenuhi tanggung jawab sosialnya, seperti melalui praktik-praktik berkelanjutan, tanggung jawab lingkungan, atau inisiatif sosial, hal ini dapat menciptakan kepercayaan dan dukungan dari pemangku kepentingan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tarjo et al. (2022), yang melakukan penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Machmuddah et al. (2020) yang juga menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang dikembangkan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:219) mendefinisikan hipotesis adalah sebagai berikut:

“Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.”

Berdasarkan pengertian di atas, hipotesis merupakan perumusan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan diteliti. Pada penelitian ini, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1: Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 2: Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 4: CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan