

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah ringkasan hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan penelitian :

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama, Tahun	Variabel	Hasil
1.	Peranan Akuntansi Pertanggungjawaban Dalam Kinerja Manajer Pusat Pertanggungjawaban / Denny Andriana Kartika Balqis (Universitas Pendidikan Indonesia) / 2015	akuntansi pertanggungjawaban, kinerja manajer pusat pertanggungjawaban	Berdasarkan perhitungan analisis korelasi dengan bantuan Software SPSS 20.0 for Windows terhadap 36 kuesioner pada PT. PINDAD (Persero) menghasilkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara akuntansi pertanggungjawaban dengan kinerja manajer pusat pertanggungjawaban yaitu sebesar 0,831 dengan daya determinasi sebesar 69,06%. Hal ini menunjukkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban mempunyai pengaruh sebesar 69,06% dalam kinerja manajer pusat pertanggungjawaban dan sisanya sebesar 30,94% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2.	Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban	akuntansi pertanggungjawaban,	Hasil penelitian menunjukkan anggaran

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1

	Sebagai Alat Pengendalian Biaya Produksi Dan Penilaian Kinerja / Sicylia Aliu Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado / 2013	biaya produksi, anggaran	yang disusun oleh perusahaan belum efektif karena tidak melibatkan bagian produksi dalam proses penyusunan anggaran. Dalam penggolongan biaya pada perusahaan tidak adanya pemisahan biaya yang dapat dikendalikan dan biaya yang tidak dapat dikendalikan dari bagian manajer produksi.
3.	Pengaruh Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Terhadap Efektivitas Pengendalian Biaya / Ni Made Suari Ardiani I Wayan Pradnyantha Wirasedana / 2013	Efektivitas pengendalian biaya, akuntansi pertanggungjawaban	Penerapan akuntansi pertanggungjawaban memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap efektivitas pengendalian biaya.
4.	Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sebagai Alat Penilaian Kinerja Pusat Biaya / Yogi Setiyo Langgeng, Endang Dwi Retnani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya /	Anggaran, Akuntansi Pertanggungjawaban, Penilaian Kinerja	Struktur organisasi PT. Bangun Kubah Sarana sudah menunjukkan dengan jelas wewenang dan tanggung jawabnya sesuai jenjang organisasi tetapi masih belum membuat kode pusat pertanggungjawaban, sistem anggaran dilakukan dengan metode Bottom Up Budgeting, dimulai dari tingkatan manajer paling bawah yaitu sipil dan mechanical electrical yang dijabarkan secara rinci kemudian diteruskan secara global ke tingkatan yang lebih tinggi manajer teknik dan penelitian pengembangan.
5.	Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sebagai Alat Penilaian	Pertanggungjawaban, kinerja, pusat biaya	Struktur organisasinya secara dilanjutkan tegas memperlihatkan jenjang

	Kinerja Pusat Biaya / Rifky Ronald Tumbuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado / 2013		wewenang dan tanggung jawab yang dilaksanakan dari atasan hingga bawahan. Hal ini terlihat dari struktur organisasi dan penjelasannya yang menunjukkan adanya pembagian tugas dan fungsi yang jelas dari setiap unit organisasi.
6.	<i>Corporate Social Responsibility Research In Accounting / Xiaobei “Beryl” Huang, Luke Watson / 2015</i>	<i>Corporate social responsibility, Sustainability, Environmental, Disclosure, Assurance</i>	<i>we conduct our review in four parts : (1)determinants of CSR ; (2) The relation between CSR and financial performance ; (3) Consequences of CSR ; and (4) The roles of CSR Disclosure and assurance</i>

1.2 Landasan Teori

1.2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence (1973) mengemukakan bahwa isyarat atau *signal* memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut.

Signaling theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Sedangkan menurut Brigham dan Hosuton (2014:184) *signaling theory* merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang

Dalam kerangka teori sinyal disebutkan bahwa dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (Wolk *et al*, 2013). Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi asimetri informasi tersebut. Salah satu cara untuk

mengurangi asimetri informasi adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, berupa informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya yang akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang sehingga dapat meningkatkan kredibilitas dan kesuksesan perusahaan (Wolk *et al.*, 2013)

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai *signal* baik (*good news*) atau *signal* buruk (*bad news*) (Jogiyanto, 2010:392)

Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi mengenai laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan salah satunya yaitu informasi mengenai *corporate governance* yang diungkapkan perusahaan (Jogiyanto, 2010:392)

1.2.2 Kinerja Keuangan

Kinerja Keuangan adalah kegiatan usaha formal yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bertujuan untuk mengukur keberhasilan dan menghasilkan laba

sehingga dapat melihat perkembangan dan pertumbuhan perusahaan tersebut dengan mengandalkan sumber daya alam dan sumber daya manusia. Kegiatan kinerja perusahaan juga dilaksanakan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas dari kegiatan perusahaan yang dilakukan setiap periode.

Menurut Menteri Keuangan RI berdasarkan Keputusan No. 740/KMK.00/1989 tanggal 28 Juni 1989, kinerja adalah prestasi yang dicapai oleh perusahaan selama periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan dari perusahaan tersebut. Pengukuran kinerja mempunyai tujuan untuk mengukur kinerja bisnis dan manajemen dibandingkan dengan tujuan atas sasaran perusahaan. Sedangkan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2009:4), informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan. Informasi fluktuasi kinerja ini adalah penting dalam hubungan ini. Informasi kinerja keuangan bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada. Di samping itu, informasi tersebut juga berguna dalam perumusan pertimbangan tentang efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya.

Pengukuran kinerja adalah kegiatan kualifikasi dan efisiensi terhadap kegiatan suatu perusahaan dalam pengoprasian bisnis. Pengukuran kinerja digunakan oleh suatu perusahaan agar dapat tetap bersaing dengan perusahaan lain. Istilah lainnya adalah mengkaji secara kritis mengenai data dan memberikan solusi terhadap keuangan perusahaan tersebut dalam satu periode

Menurut munawir (2012:31) menyatakan bahwa tujuan dari pengukursn kinerja keuangan perusahaan adalah :

1. Mengetahui tingkat likuiditas

Likuiditas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera diselesaikan pada saat tagihan.

2. Mengetahui tingkat solvabilitas

Solvabilitas menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi baik keuangan jangka panjang maupun jangka pendek.

3. Mengetahui tingkat rentabilitas

Rantabilitas atau profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

4. Mengetahui tingkat stabilitas

Stabilitas suatu perusahaan adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan kegiatan perusahaan secara stabil yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang dan beban bunga.

Menurut Sartono (2001) dalam Nofrita (2013), profitabilitas yaitu suatu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan modal (ekuitas) sendiri.

Kamil dan Herusetya (2012) dalam Rosiana dkk (2013), berpendapat bahwa tingkat suatu profitabilitas yang semakin tinggi dapat menunjukkan bahwa suatu perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin lebih tinggi, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas. Menurut Setiawan (2005) dalam Agustine (2014), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.

Berikut ini merupakan jenis-jenis rasio yang termasuk dalam rasio profitabilitas menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2012:81), diantaranya adalah sebagai berikut :

a. *Profit Margin*

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2012:81), menjelaskan *profit margin* adalah sebagai berikut :

Profit margin merupakan rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu.

Secara sistematis profit margin dapat dinyatakan dengan rumus berikut :

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

b. *Return On Asset (ROA)*

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2012:81), menjelaskan *return on asset* adalah sebagai berikut :

Return On Asset merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset yang berarti efisiensi manajemen. Rasio ini juga sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*).

Secara sistematis *Return On Asset (ROA)* dapat dinyatakan dengan rumus berikut :

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

c. *Return On Equity (ROE)*

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2012:81), menjelaskan *return on equity* adalah sebagai berikut :

Return On Equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Rasio ini terkait dengan keuntungan perusahaan terhadap sumber pembiayaan modal.

Secara sistematis *Return On Equity (ROE)* dapat dinyatakan dengan rumus berikut :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}}$$

Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah *Return On Asset* (ROA) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil.

1.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah bentuk kepedulian suatu perusahaan yang bertujuan untuk mempertanggungjawabkan kegiatan operasionalnya dalam berbagai dimensi yaitu dimensi social ekonomi dan lingkungan. Jika suatu perusahaan memperhatikan ekonomi,soisal dan lingkungan akan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Beberapa konsumen pengguna dari produk tersebut akan cenderung meninggalkan produk tersebut apabila mereka tau citra buruk dari perusahaan penghasil barang tersebut. CSR juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perushaan, semakin banyak perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan maka akan semakin baik pula nilai perusahaan tersebut dan akan dapat meningkatkan jumlah investor yang menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Adapun tanggungjawab dari suatu perusahaan tersebut adalah :

1. Tanggungjawab social terhadap konsumen
2. Tanggungjawab social terhadap karyawan
3. Tanggungjawab social kepada kreditor
4. Tanggungjawab social kepada pemegang saham

5. Tanggungjawab social kepada lingkungan

Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), definisi CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, beserta komunitas - komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Lindrawati et al., 2008. Dalam skripsi Nindri Hastuti).

William G. Nickels, James M. Mchugh, Susan M. Mc Hugh (2009: 128- 138) mendefinisikan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai perhatian bisnis terhadap kesejahteraan masyarakat. Tanggung jawab ini didasarkan pada perhatian perusahaan bagi kesejahteraan semua pemangku kepentingan, tidak hanya pemiliknya. CSR merupakan suatu komitmen perusahaan yang berkelanjutan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup para pekerja dan keluarganya, baik dalam komunitas maupun masyarakat.

Informasi CSR perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki aktivitas pengelolaan yang baik. Apabila perusahaan tidak menjalankan CSR dengan baik maka dapat mengancam keberlangsungan bisnisnya. Para investor yang bersangkutan juga akan mengalami kerugian. Adanya CSR yang ada dalam laporan tahunan juga akan mendapat sinyal baik dari stakeholder untuk mempercayai perusahaan tersebut untuk menerima investasi.

Dengan menjalankan CSR, maka berarti bahwa perusahaan turut memperdulikan kesejahteraan dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Maka

perusahaan dirasa perlu untuk mengungkapkan tanggungjawab sosialnya, hal ini tercantum didalam laporan tahunan perusahaan yang mempunyai tujuan agar masyarakat dapat mengetahui akan tindakan-tindakan CSR yang telah dijalankan oleh perusahaan.

Pengungkapan aspek-aspek CSR ini bersifat sukarela dikarenakan sampai sekarang belum terdapat peraturan baku yang mengaturnya. Didalam penelitian ini menggunakan 3 indikator kinerja yang terdiri dari ekonomi, sosial dan juga lingkungan dengan jumlah 91 indikator. 91 indikator GRI G4 tersebut terlampir.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu sendiri dapat dinilai dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) hasil *content analysis*, dengan berdasarkan 91 item indikator GRI-G4. Untuk menghitung CSRDI umumnya memakai suatu pendekatan dikotomi, yaitu jika item CSR diungkapkan akan diberikan *score* 1, dan apabila CSR tidak diungkapkan akan diberikan *score* 0 (Pradipta, 2015).

Selanjutnya *score* dari masing-masing item harus dijumlahkan agar mendapatkan total keseluruhan *score* bagi masing-masing perusahaan. GRI-G4 disusun agar bisa diterapkan secara umum pada semua organisasi didunia baik itu skala kecil atau skala besar. Pengukuran dijalankan dengan berdasar pada indeks pengungkapan perusahaan yang bisa dinilai dari total dari pendapatan bersih perusahaan dibagi dengan total item yang akan diungkapkan oleh perusahaan. Menurut Pradipta (2015) rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) antara lain:

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

Keterangan:

$CSRDI_j$ = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

N_j = Jumlah item-item untuk perusahaan j, $n_j = 91$

X_{ij} = Dummy variabel, 1 = jika item tersebut diungkapkan, 0 =
jika item tersebut tidak diungkapkan

1.2.4 Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2009:233) menjelaskan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kinerja perusahaan yang mencerminkan harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Noerirawan (2012) menerangkan nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Fuady, 2003 (dalam Mardikanto, 2014), menyatakan dikarenakan perseroan merupakan unit kegiatan yang melakukan aktivitas pengelolaan faktor-faktor produksi, guna menyediakan pendistribusian dan juga melakukan upaya lain dengan bertujuan mendapatkan profit dan menyenangkan bagi masyarakat.

Setianingrum (2015), perusahaan dapat mengeluarkan suatu informasi jika informasi mampu meningkatkan suatu nilai perusahaan. Perusahaan bisa menggunakan informasi tersebut sebagai keuntungan yang kompetitif dari

perusahaan. Untuk perusahaan yang mempunyai kinerja lingkungan maupun sosial yang dinilai dan direspon pemegang saham baik dengan cara meningkatkan harga saham. Begitu pula sebaliknya jika dinilai oleh investor kurang baik maka berimbas pada turunnya nilai harga saham.

Rasio keuangan digunakan investor guna mengetahui nilai suatu perusahaan. Rasio tersebut bisa memberi indikasi untuk manajemen tentang penilaian dari investor terhadap kinerja perusahaan di masa lalu dan juga prospeknya di masa mendatang

Perusahaan sebagai sebuah entitas bisnis memiliki arah dan tujuan melaksanakan kegiatan operasionalnya. Nilai Perusahaan merupakan komponen penting untuk meningkatkan nilai dari suatu perusahaan tersebut yang artinya meningkatkan harga saham yang berpengaruh pada nilai perusahaan. Karena pada dasarnya nilai perusahaan yang tinggi adalah keinginan semua pemilik perusahaan. Demikian dapat juga diartikan bahwa tingginya harga saham pada suatu perusahaan akan menunjukkan bahwa nilai perusahaan tersebut juga tinggi.

Sartono (2008) dalam Novita Santi Puspita (2011) menjelaskan bahwa memaksimalkan nilai sekarang atau present value atas seluruh keuntungan pemegang saham akan meningkat seiring terjadinya peningkatan harga saham yang dimilikinya. Berdasarkan berbagai pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga pasar atas perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya yang bertujuan untuk memakmurkan pemegang saham. Dengan

demikian, dapat diartikan bahwa tingginya harga saham di suatu perusahaan akan menunjukkan bahwa nilai perusahaan tersebut juga tinggi.

Banyak yang harus dipertimbangkan oleh beberapa investor sebelum melakukan investasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan pada perusahaan tersebutlah yang menjadi acuan baik buruknya perusahaan tersebut karena itu merupakan cerminan besar untuk para investor. Perusahaan yang mampu bersaing adalah perusahaan yang dapat mempertahankan keunggulan produk dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Para investor juga harus teliti dan cermat serta harus melihat data yang valid dari perusahaan tersebut sebelum mereka melakukan investasi, karena itu dapat mengurangi resiko dan diharapkan agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai perusahaan. Rasio tersebut bisa memberi indikasi untuk manajemen tentang penilaian dari investor terhadap kinerja perusahaan di masa lalu dan juga prospeknya di masa depan.

Ada beberapa rasio dalam mengukur nilai suatu perusahaan, antara lain :

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio yang digunakan dalam mengukur besarnya perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang didapatkan pemegang saham. *Price Earning Ratio* dipakai guna melihat bagaimana pasar mampu menghargai kinerja suatu perusahaan yang

dicerminkan oleh *Earning Per Share* nya. *Price Earning Ratio* menjelaskan hubungan antara pasar saham biasa dengan *Earning Per Share*. Rumus yang digunakan adalah:

$$PER = \frac{\text{Harga Per Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$$

b. *Price Book Value* (PBV)

Didalam menganalisis kondisi perusahaan terdapat komponen penting lain yang juga harus dipikirkannya yaitu *Price Book Value* (PBV), *Price Book Value* (PBV) merupakan salah satu variabel yang dijadikan bahan pertimbangan investor dalam pemilihan saham-saham yang nantinya akan dibeli. Dalam perusahaan yang dinilai berlangsung dengan baik, pada umumnya rasio ini mencapai angka diatas satu, ini berarti nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV menunjukkan semakin tingginya penilaian perusahaan dari pemodal relatif jika dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan dalam perusahaan.

Price to Book Value (PBV) yaitu rasio yang digunakan dalam mengukur nilai yang diberikan oleh pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus berkembang. Semakin tinggi PBV berarti bahwa pasar telah mempercayai prospek dari perusahaan tersebut. Semakin tingginya nilai rasio PBV, menunjukkan bahwa semakin tingginya penilaian investor jika dibandingkan dana yang

ditanam dalam perusahaan tersebut, maka semakin besar pula peluang untuk investor dalam membeli saham-saham perusahaan.

Rumus PBV adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

c. Rasio Tobins'Q

Rasio Tobins's Q ini dianggap dapat memberikan informasi yang paling baik, dikarenakan Tobin's Q memasukkan unsur-unsur modal saham dan hutang perusahaan, tidak hanya saham yang biasa dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimaksudkan, akan tetapi keseluruhan dari aset perusahaan. Hal ini mengartikan perusahaan tidak hanya fokus pada satu tipe investor dalam bentuk saham akan tetapi juga untuk kreditur dikarenakan sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya berasal dari ekuitas perusahaan saja melainkan juga berasal dari pemberian pinjaman dari kreditur Sukamulja, 2014 (dalam Retno dan Wahidahwati, 2017). Maka dari itu makin besar nilai Tobin's Q menunjukkan perusahaan mempunyai prospek perkembangan baik terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi dikarenakan makin besar nilai pasar aset perusahaan dibanding dengan nilai buku aset perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar pengorbanan investor mempunyai perusahaan tersebut.

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q : nilai perusahaan

EMV : nilai pasar ekuitas (closing price saham x jumlah saham beredar)

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari total ekuitas (total aktiva – total hutang)

d. *Market Value Added* (MVA)

MVA harus menjadi tujuan utama perusahaan yang menitikberatkan pada kemakmuran pemegang saham. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham yang dilakukan dengan memaksimalkan MVA (Stewart III, 1991; Ruky, 1997; Mirza & Imbuh 1999) dalam Ermayanti, 2019.

Definisi *Market Value Added* (MVA) menurut Brigham & Gapenski, 1999 (dalam Ermayanti, 2019) adalah perbedaan antara modal yang ditanamkan di perusahaan sepanjang waktu (untuk keseluruhan investasi baik berupa modal, pinjaman, laba ditahan dan sebagainya) terhadap keuntungan yang dapat diambil sekarang yang merupakan selisih antara nilai buku dan nilai pasar dari keseluruhan tuntutan modal. MVA menjelaskan seberapa besar kekayaan yang dapat diciptakan atau dihilangkan saat ini. Pengukuran MVA merupakan pengharapan pasar terhadap

perusahaan tersebut pada periode mendatang (yang lebih panjang).

MVA merupakan kenaikan nilai pasar suatu perusahaan yang dilakukan dengan memaksimalkan selisih antara *market value of equity* dengan jumlah yang ditanamkan investor ke dalam perusahaan agar kemakmuran pemegang saham maksimum. MVA mencerminkan seberapa besar nilai tambah yang berhasil dikapitalisasi dan memperbesar nilai kapital yang digunakan oleh perusahaan (Ruky, 1997 dalam Ermayanti, 2019).

Brigham & Gapenski, 1999 (dalam Ermayanti, 2019) merumuskan cara menghitung MVA dengan rumus sebagai berikut :

$$MVA = \text{Jumlah Saham Beredar} \times \text{Harga Saham}$$

Pada penelitian ini peneliti mengukur nilai perusahaan menggunakan MVA. Karena digunakan untuk mengukur kinerja pasar suatu perusahaan. Metode ini dapat menggambarkan seberapa besar kemampuan perusahaan atas modal yang dimiliki investor karena melibatkan harga saham sebagai komponen utamanya. Dan keunggulan dari MVA sebagai penilai laporan keuangan menurut Agustin (2014) merupakan ukuran tunggal dan dapat berdiri sendiri yang tidak membutuhkan analisis trend maupun norma industri sehingga bagi pihak manajemen dan penyedia dana akan lebih mudah menilai kinerja perusahaan.

MVA sebagai ukuran yang paling tepat untuk menilai sukses tidaknya perusahaan dalam menciptakan kekayaan bagi pemegang saham. Jadi kekayaan atau kesejahteraan pemilik perusahaan (pemegang saham) akan bertambah bila MVA bertambah

1.3 Pengaruh Antara Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

1.3.1 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja perusahaan yang baik akan memiliki dampak pada peningkatan nilai dari perusahaan tersebut. Kinerja perusahaan juga mampu mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari perputaran asset yang dimilikinya. Nilai perusahaan yang baik ini akan menarik investor-investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut dengan harapan agar mereka mendapatkan keuntungan (dividen). Sehingga apabila semakin besar investor yang akan menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut, maka semakin naik pula harga saham dari perusahaan sekaligus semakin banyak juga jumlah saham yang akan beredar. Semakin efisien perputaran aset, semakin tinggi profit margin yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi Return on Asset (ROA), maka investor menilai dan memiliki persepsi yang baik terhadap kinerja keuangan di masa yang akan datang. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan investor. Tinggi rendahnya nilai perusahaan menjadi tolak ukur dalam investor berinvestasi yang menggambarkan nilai pasar suatu perusahaan

dalam meningkatkan daya tarik para investor. Nilai perusahaan dapat diukur dengan rumus Tobin's Q. Harga saham yang naik menunjukkan peningkatan nilai perusahaan. Saat harga saham meningkat, maka pemegang saham bertambah kemakmurannya. Menurut IAI (2007), informasi kinerja perusahaan terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial di masa yang akan datang. Informasi kinerja juga bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada.

1.3.2 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

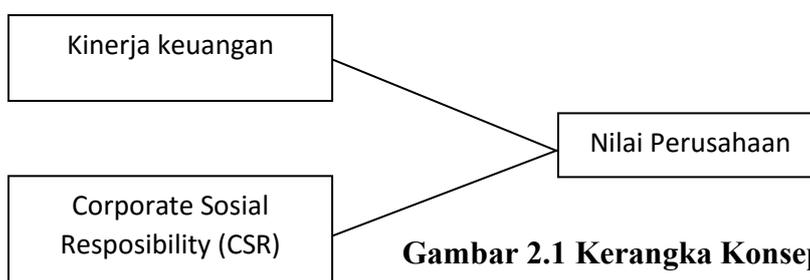
Nilai suatu perusahaan akan terjamin berkembang secara sustainable jika perusahaan juga memperhatikan lingkungan, social dan ekonomi. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada stakeholder yang berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan. Dengan adanya pengungkapan CSR memberikan sugesti positif kepada semua pemegang saham dan juga akan berdampak positif dan membangun citra yang baik karena kepedulian perusahaan tersebut terhadap lingkungan, social dan ekonomi. Konsumen juga akan merasa puas dan akan memberikan apresiasi terhadap perusahaan yang menerapkan CSR.

Survey yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk. Banyak sekali manfaat yang akan didapatkan oleh suatu perusahaan jika menerapkan CSR, misal hasil produk akan semakin disukai oleh para konsumen dan akan

memiliki banyak peminat. Tidak hanya itu saja, CSR juga dapat meningkatkan laba perusahaan tersebut. Agustina (2013), mengungkapkan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat.

1.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori yang sudah dikemukakan diatas, maka kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

1.5 Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti dalam hal ini mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 = Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2 = *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan