

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1.1. Landasan Teori

Tabel 2.1

##### 1.1.1. Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL	VARIABEL	METODE	HASIL
1	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana1 Gede Juliarsa2 Maria M. Ratna Sari (2013) Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi	Csr, Nilai Perusahaan, Profitabilitas	teknik regresi linear berganda	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan dan profitabilitas mampu meningkatkan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
2	Siti Sapia Latupono, Andayani (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating	Nilai Perusahaan, Good Corporate Governance, dan Corporate Social Responsibility	analisis regresi berganda	CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Lanjutan) dan GCG. GCG mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan

3	Kipruto Daniel (2013). The Effect Of Corporate Social Responsibility On Financial Performance Of Commercial Banks In Kenya.	CSR dan Kinerja Keuangan	multi linear regression	Dari 44 bank komersial yang diteliti, hanya delapan yang menyediakan data yang diperlukan dan lengkap yang sesuai untuk penelitian. Temuan penelitian adalah bahwa biaya di lapangan sosial berpengaruh pada kinerja keuangan bank komersial di Kenya.
4	Lopin Kuo,* Chin-Chen Yeh and Hui-Cheng Yu, (2011). Disclosure of Corporate Social Responsibility and Environmental Management: Evidence from China.	<i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i>	Menggunakan metode analisis content analisis konten	Hasil menunjukkan bahwa 41% dari perusahaan sampel gagal memberikan informasi apa pun dari 42 kegiatan CSR yang memungkinkan pihak luar untuk memahami tindakan CSR mereka; 42% menawarkan deskripsi teks dari kegiatan CSR umum mereka, tetapi hanya 17% memberikan statistik tentang pencapaian mereka atau angka-angka kuantitatif lainnya.

*Diperoleh dari berbagai sumber dan Jurnal*

Mengacu pada penelitian – penelitian terdahulu dan teori –teori yang sudah dipaparkan pada Tabel 1, maka terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini, perbedaan tersebut adalah :

1. Penelitian ini mendalami pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sub sektor transportasi di Indonesia.

2. Penelitian ini mengambil objek penelitian di jasa Transportasi di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016, sedangkan penelitian sebelumnya seperti penelitian Gusti Ayu (2012), dan Siti Sapia (2015) semua objek penelitiannya pada perusahaan manufaktur dan umum.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu maka peneliti menemukan beberapa celah penelitian (*research gap*) yang memungkinkan peneliti untuk mengembangkan dan memodifikasi penelitian tersebut, untuk mendapatkan hasil penelitian yang objektif.

### **1.1.2. Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk berkontribusi dalam suatu pengembangan ekonomi yang terus berkelanjutan guna memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dan menitikberatkan keseimbangan antar aspek perekonomian, social maupun lingkungan (Untung, 2008)

Konsep CSR dikemukakan oleh John Elkington dalam (Nor Hadi 2011:56) yang populer dengan "*The Triple Bottom Line*" adalah dimana konsep tersebut mengakui jika perusahaan ingin berjalan lancar maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan hanya profit yang diburu (*Profit*), tetapi juga perlu memberikan andil yang baik kepada masyarakat (*People*), serta berperan dalam melindungi kelestarian lingkungan (*Planet*).

Secara konseptual, CSR adalah suatu bentuk pengungkapan yang disajikan dalam laporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan

merupakan langkah terakhir untuk proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk laporan keuangan. Laporan keuangan perusahaan itu nantinya akan ditujukan kepada para pemegang saham, investor, dan kreditor.

### **1.1.3. Manfaat (CSR)**

Menurut Setianingrum (2015), untuk melakukan tanggung jawab social, maka biasanya perusahaan lebih terfokus pada 3 aspek berikut ini:

#### **A. Profit**

Dalam memperolehnya keuntungan, perusahaan akan membagi dividen bagi investor, membagikan beberapa keuntungan yang didapat untuk membiayai tumbuh kembang usaha di masa yang akan datang, serta memenuhi kewajiban pajak pada pemerintah.

#### **B. Lingkungan**

Dalam memberikan pengawasan terhadap lingkungan yang ada, maka perusahaan sejatinya dapat ikut serta dalam usaha pelestarian lingkungan demi kualitas hidup manusia yang akan lebih baik dalam beberapa waktu yang akan datang. Perusahaan juga akan turut serta ambil bagian dalam manajemen bencana, dalam hal ini bukn cuman sekedar memberikan santunan terhadap korban bencana, tetapi turut berpartisipasi dalam usaha untuk mencegahnya bencana itu terjadi. Serta dapat pula meminimalisir bencana itu dengan melakukan tindakan preventif guna mencegahnya.

### C. Sosial atau masyarakat.

Perhatian untuk warga, bisa dilaksanakan dengan metode melakukan kegiatan dan juga pembuatan keputusan yang berakibat menaikkan standart di berbagai aspek corporate, seperti memberikan bantuan untuk pelajar di sekitar area perusahaan, pembangunan sarana prasarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal. Dengan adanya CSR pabrik di harapkan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi harus memperhatikan kesejahteraan dan standart kehidupan warga serta lingkungan disekitar untuk jangka panjang.

Untung (2008) dalam Mardikanto (2014) mengemukakan bahwa manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk perusahaan antara lain:

1. Mempertahankan reputasi dan pandangan masyarakat terhadap perusahaan
2. Memperoleh standart oprasi secara sosial.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Membuka jalan guna sumber daya bagi operasional usaha
5. Membuat pangsa pasar yang lebih luas
6. Pengurangan biaya akibat pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Menumbuhkan jiwa semangat dan produktifitas karyawan
10. Kesempatan untuk mendapatkan rewar

#### **1.1.4. Pengungkapan CSR**

Standar untuk melakukan pengungkapan CSR yang mulai banyak digunakan di Indonesia adalah dengan standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives*. Barometer GRI dipilih dikarenakan terfokus pada standart yang digunakan guna melakukan pengungkapan kinerja suatu ekonomi, social, termasuk lingkungan yang bertujuan guna meningkatkan kualitas dan sustainability reporting.

Hadianto (2013), *Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan sebuah jaringan yang sudah berbasis dan telah menjadi pelopor perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan yang berkelanjutan dan akan terus berkomitmen untuk terus melanjutkan suatu perbaikan dan penerapannya di berbagai penjuru dunia.

Standart untuk melakukan sebuah pengungkapan berdasarkan ukuran GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar (2008), penelitian ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu:

1. Indikator Kinerja Suatu Perekononian
2. Indikator Kinerja Berdasarkan Lingkungan
3. Indikator Kinerja Berdasarkan Tenaga Kerja
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Sosial
6. Indikator Kinerja Produk

Menurut Kuntari dan Sulistyani, dalam Ermayanti (2007), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

1) Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi- operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2) Laporan Sosial (*Social Report*)

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

a) *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial

perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

*b) Cost Approach*

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

*c) Program Management Approach*

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

*d) Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3) Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman

kepada bursa efek atau melalui media masa.

Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. (Gray, *et al.*, dalam Ermayanti, 2018) menyebutkan ada tiga studi, yaitu :

a) *Decision Usefulness Studies*

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

b) *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau

tradisional *users* lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

c) *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholder*; teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*

#### **1.1.5. Nilai Perusahaan**

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

Nilai perusahaan di dalam penelitian dapat diartikan sebagai suatu nilai pasar, seperti halnya penelitian yang telah dilakukan oleh Nurlala dan Islahudin (2008), karena nilai perusahaan mampu memberikan dampak kesejahteraan para investor dengan maksimal apabila harga saham mengalami peningkatan. Guna memperoleh nilai perusahaan biasanya para pemegang saham memberikan pengelolaannya kepada para

tangan professional. Para professional biasanya di tempatkan pada bagian manager ataupun komisaris (Nurlela dan Islahudin, 2008)

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. Perusahaan yang mempunyai kinerja lingkungan maupun social yang dinilai baik akan direspon secara positif oleh para pemegang saham dengan cara peningkatan harga saham. Begitu pula sebaliknya jika dinilai oleh para investor kurang baik maka berimbas pada turunnya nilai harga saham.

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan prospeknya di masa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai perusahaan, salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin, yang dinilai dapat memberikan informasi paling baik, karena dapat menjelaskan berbagai fenomena dalam kegiatan perusahaan seperti terjadinya perbedaan cross sectional dalam pengambilan keputusan investasi dan diversifikasi, hubungan antar kepemilikan saham manajemen dan nilai perusahaan Sukamulja, 2004 (dalam Heder dan Priyadi, 2017).

Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi Herawaty, 2008 (dalam Heder dan Priyadi, 2017). Semakin besar nilai rasio Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan, semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan.

Menurut Rika, 2010 (dalam Agustin, 2013) rasio Tobins'Q) dapat dihitung dengan rumus:

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

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).

Dari sekian banyak rasio keuangan, penulis menggunakan pengukuran

Nilai Perusahaan melalui *Market Value Added*

#### **1.1.6. Market Value Added (MVA)**

Definisi Market Value Added menurut Brigham and Houston (2010:111) menjelaskan perbedaan dari nilai pasar ekuitas suatu

perusahaan dan nilai buku seperti yang di lampirkan di neraca, nilai pasar dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang telah beredar.

Sedangkan menurut Hanafi (2012:55), MVA adalah selisih antara nilai pasar dengan nilai buku saham. Definisi MVA menurut Gallagher and Andrew (2003:109) adalah sebagai berikut:

*Market Value Added* (MVA) adalah nilai pasar dari perusahaan, utang ditambah dengan ekuitas dan di kurangi jumlah total modal yang telah di investasikan dalam sebuah perusahaan. MVA mirip dengan *Market to Book Ratio* (M/B). MVA menitik beratkan di nilai total pasar dan jumlah modal yang diinvestasikan, sedangkan M/B berfokus pada harga per saham dan kualitas modal investasi.

#### **1.1.7. Perhitungan *Market Value Added***

Dari definisi yang dikemukakan Brigham and Houston (2010:111) maka secara matematis MVA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MVA = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas}}{\text{Nilai Buku Ekuitas}}$$

Dimana:

MVA = Market Value Added

Nilai Pasar Ekuitas = Harga Saham x Jumlah Saham yang Beredar

Nilai Buku Ekuitas = seperti yang tertera dalam Neraca

Dalam menghitung MVA dua kemungkinan hasil yang akan diperoleh yaitu (O'Bryne and Young, 2001:26):

- MVA positif, jika nilai pasarnya, yang merupakan fungsi dari harapan pasar modal terhadap arus kas bebas masa mendatang, didiskontokan pada biaya modal, melebihi modal yang diinvestasikan.
- MVA negatif, apabila nilai dari suatu investasi yang dilakukan oleh manajemen terhitung kurang dari modal yang telah di serahkan kepada perusahaan dari pasar modal

#### **1.1.8. Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan merupakan gambaran tentang suatu kondisi keuangan perusahaan pada periode tertentu baik yang menyangkut maupun tidak mengenai dana maupun penyalurannya, kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. (Jumigan, 2006:239)

Secara umum kinerja keuangan adalah merupakan bentuk dari analisis yang telah dilakukan guna melihat seberapa jauh perusahaan mampu melakukan aturan-aturan yang telah berlaku dalam pelaksanaan kinerja keuangan secara baik dan benar.

##### **1.1.8.1. Pengukuran Kinerja Keuangan**

Ini berguna bagi perusahaan untuk melaksanakan suatu perbaikan di dalam kegiatan sehari-hari agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Analisis kinerja keuangan merupakan suatu

proses pengakjian yang kritis terhadap review data, menghitung, mengukur, menginteprestasi, dan memberi solusi terhadap keuangan prusahaan pada saat-sat tertentu.

Munawir (2012:31) menyatakan untuk tujuan dari sebuah pengukurna dalam kinerja keuangan perusahaan antara lain:

- a. Mengetahui tingkat likuiditas
- b. Mengetahui tingkat solvabilitas
- c. Mengetahui tingkat rentabilitas
- d. Mengetahui tingat stabilitas

#### **1.1.8.2. Analisis Kinerja Keuangan**

Berdasarkan teknisnya ansalsisi keuangan dapat dibedakan menjadi (Jumigan, 2006:242)

- a. Analisis perbandinagn laporan
- b. Analisis tren (tendensi posisi)
- c. Analisis prsentase per-Komponen
- d. Analisis sumber dan penggunaan Modal Kerja
- e. Analsis sumber dan penggunaan kas
- f. Analisis rasio keuangan
- g. Analisis perubahan laba kotor
- h. *Analisis break even*

### **1.1.8.3. Penilaian Kinerja Keuangan**

Bagi Investor, informasi tentang kinerja keuangan suatu perusahaan akan dapat digunakan untuk melihat seberapa kuat perusahaan mampu mempertahankan investasi mereka pada perusahaan tersebut atau memilih alternative perusahaan lain. Apabila kinerja perusahaan bernilai baik maka nilai usaha akan tinggi yang akan berdampak pada semakin banyaknya investor yang akan menanam investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Begitu pula sebaliknya saat kinerja perusahaan mengalami penurunan maka nilai usaha otomatis terkena dampaknya, dan investor pun akan berpikir ulang untuk menanamkan saham ke perusahaan itu.

Sementara bagi perusahaan, penilaian juga berguna antara lain

- a. Mengukur prestasi yang telah dicapai
- b. Digunakan dasar penentuan strategi perusahaan untuk masa yang akan datang.

### ***1.1.9. Price Earning Ratio***

PER adalah salah satu jenis pengukuran yang termasuk paling besar dalam sebuah *analysis fundamental* dan juga termasuk dalam penentuan strategi dari rasio penilaian untuk mengevaluasi sebuah laporan keuangan. PER juga berguna untuk melihat seberapa besar pasar

akan menilai sebuah kinerja saham suatu perusahaan untuk kinerja perusahaan yang tercerminkan dalam laba per tahun.

Menurut Brigham dan Houston (2010:150), PER adalah: Rasio harga per saham untuk laba per saham menunjukkan jumlah yang harus dibayarkan oleh para pemegang saham untuk setiap dollar yang dilaporkan.

Menurut Sugianto (2008:26), PER adalah: Rasio yang diperoleh dari hasil harga saham dibagi dengan EPS, untuk itu disaat semakin tinggi maka rasio ini mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan juga mengalami perbaikan, sebaliknya jika PER terlalu tinggi maka juga akan dapat memberi sinyal bahwa harga saham yang telah ditawarkan sudah sangat tinggi bahkan cenderung tidak rasional.

Sedangkan menurut Irhan Fahmi (2013:138), pengertian PER adalah: Perbandingan diantara market price pershare (harga pasar per lembar saham) dengan EPS terhadap kenaikan perkembangan laba yang akan sangat diharapkan juga akan mengalami sebuah kenaikan.

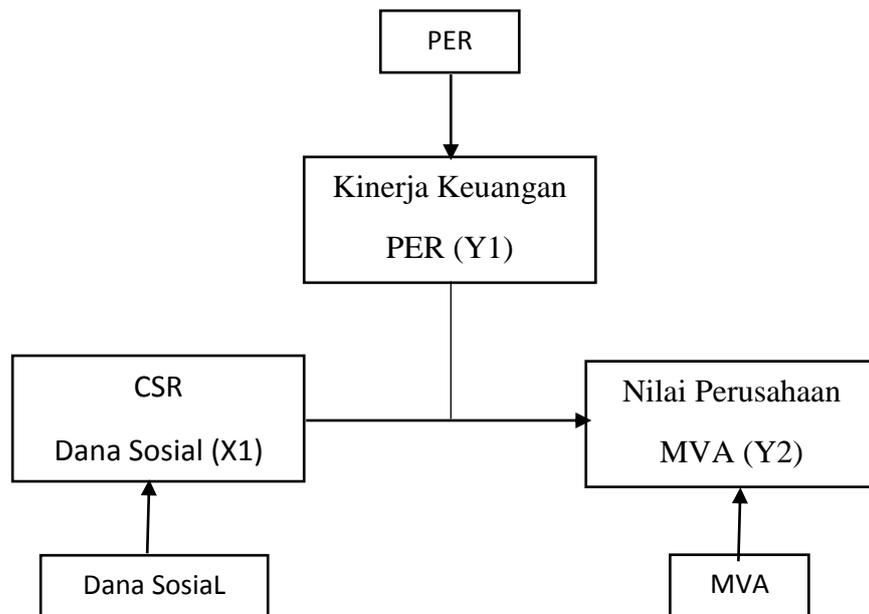
Berdasarkan pendapat para ahli diatas tentang PER, untuk itu penulis menyimpulkan bahwa PER merupakan salah satu teknik analisis fundamental dan nilai saham yang dengan cara membandingkan sama harga per lembar dengan laba yang telah dihasilkannya dari setiap lembar sahamnya.

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

## 1.2. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1

### Kerangka Konseptual



## 1.3. Perumusan Hipotesis

### 2.3.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

CSR dapat diungkapkan di dalam laporan yang biasa disebut *sustainability reporting* (laporan keberkelanjutan). CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang di buat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama segenap unsur yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya, tanpa adanya komitmen dan dukungan penuh antusias karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka, dengan melibatkan keryawan secara intensif maka nilai dari program-program

tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

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 ini dinilai akan sanggup mendongkrak nama dan pandangan di masyarakat yang di refleksikan dalam harga saham yang meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

***H<sub>1</sub> : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan.***

### 2.3.2. Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* dengan nilai perusahaan melalui kinerja keuangan

Informasi dapat diperoleh tentang CSR pasti amat berguna saat pengambilan keputusan bagi para petinggi perusahaan dan para pemangku kepentingan (stakeholder dan shareholder). Melalui kinerja keuangan suatu perusahaan akan dapat dilihat dan tanggapinya secara positif oleh masyarakat sekitar perusahaan, apabila yang bersangkutan telah melakukan tanggung jawab yaitu pertanggungjawaban sosial perusahaan. Sehingga perusahaan akan memiliki kinerja yang sangat baik akan

memberikan sinyal yang baik sehingga akan direspon positif oleh para investor maupun masyarakat sekitar melalui peningkatan harga saham

***H2: CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Keuangan.***

