

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Struktur Modal dan Nilai Perusahaan sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Hasil dari penelitian tersebut digunakan sebagai perbandingan dan referensi peneliti dalam menyusun penelitian ini.

No.	Judul, Nama, Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	The Importance of Corporate Social Responsibility and Financial Performance for the Value of Banking Companies in Indonesia. (Dwi Ermayanti Susilo, Grahita Chandrarin, & Boge Triatmanto, 2019)	a. PER b. PBV c. EPS d. ROA e. ROE f. DAR g. DER h. NIG i. CSR j. EVA	Kuantitatif	a. PER berpengaruh positif dan signifikan terhadap EVA b. PBV berpengaruh positif dan signifikan terhadap EVA c. EPS berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap EVA d. ROA berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap EVA e. ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap EVA f. DAR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap EVA g. DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap EVA

				<ul style="list-style-type: none"> h. NIG berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap EVA i. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap EVA j. Secara simultan PER, PBV, EPS, ROA, ROE, DAR, DER, GR, NIG, dan CSR berpengaruh signifikan terhadap EVA
2	<p>Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan.</p> <p>(Dea Putri Ayu & A.A Gede Suarjaya, 2017)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas (ROA) b. CSR c. Nilai Perusahaan (PBV) 	Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. b. CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. c. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. d. CSR dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3	<p>Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. CSR b. Profitabilitas (ROE) c. Nilai perusahaan (Tobin's Q) d. Leverage (DER) 	Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> a. CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. b. Profitabilitas merupakan variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan CSR dan nilai perusahaan

	(Putu Elia Meilinda Murnita & I Made Pande Dwiana Putra, 2018)			c. Leverage merupakan variable pemoderasi yang memperlemah hubungan CSR dan Nilai Perusahaan.
4	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Suci Ramona, 2017)	a. CSR b. Nilai perusahaan (Tobin's Q) c. Profitabilitas (ROA)	Kuantitatif	a. Uji hipotesis pertama CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. b. Uji hipotesis kedua Profitabilitas tidak mampu memperkuat Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. c. Secara Simultan variabel independen CSR dan profitabilitas sebagai moderating berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.
5	Pengaruh Ukuran, Profitabilitas dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. (Nurfina Pristianingrum, 2017)	a. Ukuran perusahaan (SIZE) b. Profitabilitas (ROA) c. CSR d. Nilai Perusahaan (Tobin's Q)	Kuantitatif	a. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. b. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. c. CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas	a. Ukuran Perusahaan b. Profitabilitas	Kuantitatif	a. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

	Terhadap Nilai Perusahaan. (Eka Indriyani, 2017)	c. Nilai Perusahaan		b. Profitabilitas berbanding lurus terhadap nilai perusahaan.
7	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). (Bayu Irfandi Wijaya & I.B. Panji Sedana, 2015)	a. Profitabilitas (ROI) b. Nilai Perusahaan (PBV) c. Kebijakan Dividen (DPR) d. Kesempatan Investasi (PER)	Kuantitatif	a. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen. b. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kesempatan investasi. c. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. d. Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. e. Kesempatan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. f. Kebijakan dividen memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. g. Kesempatan investasi memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
8	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.	a. Profitabilitas (ROE) b. Struktur modal (DER) c. Likuiditas (LDR)	Kuantitatif	a. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

	(Ignatius Leonardus Lubis, Bonar M Sinaga & Hendro Sasongko, 2017)	d. Nilai perusahaan (PBV)		b. Struktur Modal berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. c. Likuiditas berhubungan positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
9	Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Struktur Modal, dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan. (Kadek Apriada & Made Sadha Suardika, 2016)	a. Struktur Kepemilikan Institusional (KI) b. Struktur Kepemilikan Manajerial (KM) c. Struktur Modal (DER) d. Profitabilitas (ROE) e. Nilai Perusahaan (PBV)	Kuantitatif	a. Struktur Kepemilikan Institusional berpengaruh positif pada Nilai Perusahaan. b. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif pada Nilai Perusahaan. c. Struktur Modal Berpengaruh negatif pada Nilai Perusahaan. d. Profitabilitas berpengaruh negatif pada Nilai Perusahaan.
10	Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Resiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI. (Ta'dir Eko Prasetya, Parengkuan Tommy & Ivone S. Saerang, 2014)	a. Struktur Modal (DER) b. Ukuran Perusahaan (Total Asset) c. Resiko Perusahaan (Beta) d. Nilai Perusahaan (PBV)	Kuantitatif	a. Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Resiko Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b. Struktur Modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. c. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

				d. Resiko Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
--	--	--	--	--

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu diatas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa persamaan dan perbedaan pada hasil penelitian. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah variabel yang akan diteliti yaitu *corporate social responsibility*, profitabilitas, struktur modal, dan nilai perusahaan. Kemudian hasil dari penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan seperti hasil penelitian Dwi Ermayanti Susilo, Grahitia Chandrarin, & Boge Triatmanto (2019) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Nurfina Pristianingrum (2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Dea Putri Ayu dan A.A Gede Suarjaya (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian Kadek Apriada dan Made Sadha Suardika (2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Ignatius Leonardus Lubis, Bonar M Sinaga dan Hendro Sasongko (2017) menyatakan bahwa struktur modal berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Ta'dir Eko Prasetya, Parengkuan Tommy dan Ivone S. Saerang (2014) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil uraian perbedaan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1. Teori Stakeholder

Stakeholder theory merumuskan bahwa “kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut”. Tujuan utama teori *stakeholder* adalah “untuk membantu manajemen perusahaan dalam menciptakan *value* dan meminimalkan kerugian yang muncul bagi *stakeholder*.”

Menurut Clarkson (1995) dalam Muhammad Fauzan (2013:11), *stakeholder* dibagi menjadi dua kelompok yaitu primer dan sekunder. *Stakeholder* primer merupakan kelompok *stakeholder* yang tidak turut ambil bagian atau berpartisipasi dalam kegiatan operasi suatu perusahaan. *Stakeholder* sekunder adalah kelompok *stakeholder* yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan, tapi tidak terlibat dan tidak begitu penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang menyatakan bahwa suatu perusahaan adalah entitas yang tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya, karena kelangsungan hidup suatu perusahaan didukung dari para *stakeholder* (Ghazali dan Chariri, 2007:409). Pemegang

saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain merupakan kelompok stakeholder yang menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak suatu informasi yang berada dalam laporan keuangan perusahaan. Semua *stakeholder* mempunyai hak untuk memperoleh informasi tentang aktivitas perusahaan.

2.2.2. Nilai Perusahaan

Stakeholder theory merumuskan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Tujuan utama teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam menciptakan *value* dan meminimalkan kerugian yang muncul bagi *stakeholder*.

Menurut Clarkson (1995) dalam Muhammad Fauzan (2013:11), *stakeholder* dibagi menjadi dua kelompok yaitu primer dan sekunder. *Stakeholder* primer merupakan kelompok *stakeholder* yang tidak turut ambil bagian atau berpartisipasi dalam kegiatan operasi suatu perusahaan. *Stakeholder* sekunder adalah kelompok *stakeholder* yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan, tapi tidak terlibat dan tidak begitu penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang menyatakan bahwa suatu perusahaan adalah entitas yang tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya, karena kelangsungan hidup suatu perusahaan didukung dari para *stakeholder* (Ghazali dan Chariri, 2007:409). Pemegang

saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain merupakan kelompok stakeholder yang menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak suatu informasi yang berada dalam laporan keuangan perusahaan. Semua *stakeholder* mempunyai hak untuk memperoleh informasi tentang aktivitas perusahaan.

2.2.3. Nilai Perusahaan

1. Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Noerirawan (2012) “Nilai Perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai representasi dari kepercayaan publik terhadap perusahaan tersebut setelah melalui siklus kegiatan perusahaan yang cukup lama, sejak organisasi tersebut berdiri hingga saat ini.”

2. Jenis-jenis Nilai Perusahaan

Yulius dan Tarigan (2007:3) menjelaskan bahwa ada lima jenis nilai perusahaan tergantung pada strategi estimasi yang digunakan, lima jenis nilai perusahaan tersebut antara lain :

- a. Nilai Nominal
- b. Nilai Pasar
- c. Nilai Instrinsik
- d. Nilai Buku
- e. Nilai Likuidasi

3. Pengukuran Nilai Perusahaan

a. Price Earning Ratio (PER)

Proporsi ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara keuntungan yang diperoleh investor dan biaya saham organisasi. “Kapasitas price earning ratio adalah untuk memahami bagaimana pasar menyukai pameran organisasi yang dicerminkan oleh laba per sahamnya. Price earning ratio menunjukkan hubungan antara laba per saham dan bursa efek biasa”. Price earning ratio (PER) digunakan untuk mengukur perubahan dalam kapasitas perolehan normal di masa depan. Semakin menonjol PER, semakin besar peluang organisasi untuk berkembang membangun nilai perusahaan.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur Price Earning Ratio (PER) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

PER	= Price Earning Ratio
Market Price <u>Per</u> Share	= Harga penutupan saham per lembar
Earning <u>Per</u> Share	= Laba saham per lembar

b. Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menyukai nilai buku dari penawaran organisasi. Semakin tinggi proporsi PBV, itu menyiratkan bahwa pasar menempatkan saham kemudian pada kemungkinan organisasi.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur Price to Book Value (PBV) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

PBV	= Price to Book Value
Market Price <u>Per Share</u>	= Harga penutupan saham per lembar
Earning <u>Per Share</u>	= Nilai buku saham per lembar

c. Tobin's Q

Pendekatan lain untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan memanfaatkan teknik Tobin's Q yang diciptakan oleh James Tobin. Tobin's Q ditentukan dengan melihat proporsi nilai pasar saham organisasi terhadap nilai buku nilai organisasi (Weston dan Copeland, 2001).

Proporsi ini lebih baik daripada proporsi nilai buku untuk nilai pasar karena berpusat pada perbandingan nilai organisasi saat ini dengan jumlah biaya untuk menggantikannya hari ini.

Adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

2.2.4. Corporate Social Responsibility

1. Pengertian Corporate Social Responsibility

Suharto (2008) dalam Azizah (2011) menyatakan bahwa CSR adalah kegiatan bisnis yang diserahkan tidak semata-mata untuk memperluas keuntungan organisasi secara moneter, tetapi juga untuk peningkatan keuangan daerah secara menyeluruh, terstandar dan wajar. Makna CSR seperti yang ditunjukkan oleh *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) adalah kewajiban bisnis untuk menambah perputaran keuangan yang dapat dipertahankan, bekerja dengan perwakilan, keluarga mereka dan daerah sekitarnya. Dengan meluasnya perhatian publik terhadap pentingnya tugas sosial perusahaan, ISO 26000 disampaikan pada *International Guidance for Social Responsibility*.

Arti CSR dari ISO 26000 adalah kewajiban otoritatif yang diidentifikasi dengan efek, pilihan dan latihan pada masyarakat dan iklim, melalui perilaku langsung dan moral yang menambah pergantian

peristiwa yang dapat dipertahankan, bantuan pemerintah dan kesejahteraan umum, dengan mempertimbangkan asumsi mitra, sesuai yang relevan hukum. Selain itu, dapat diprediksi dengan standar perilaku di seluruh dunia, dan tergabung di seluruh asosiasi dan dilatih dalam hubungannya (Mardikanto, 2014:97). Dari beberapa pengertian CSR di atas, cenderung dapat dimaklumi bahwa CSR merupakan perkembangan dari latihan yang dilakukan oleh organisasi untuk mengamankan iklim dan menjamin bantuan pemerintah dari perwakilan dan daerah sekitarnya.

2. Implementasi Program Corporate Social Responsibility

Dalam implementasinya, pelaksanaan program CSR meliputi beberapa perkumpulan, baik itu organisasi tertentu, LSM, kelompok masyarakat, dan otoritas publik. Menurut Solihin (2011), ada 3 kondisi yang menjamin terlaksananya program CSR, yaitu:

- a. Pelaksanaan CSR mendapat dukungan dan dukungan dari prinsip organisasi pengurus. Dengan asumsi program CSR memperoleh dukungan dari administrasi utama, pelaksanaan program CSR akan sepenuhnya mendapatkan aset dari organisasi. Aset yang didapat termasuk aset moneter dan SDM.
- b. Membangun contoh jelas hubungan antara pertemuan tersebut. Hal ini akan meningkatkan sifat koordinasi pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*.

c. Pengakuan program yang baik para eksekutif. Pengakuan program yang baik dari para pelaksana akan tercapai jika ada kejelasan tujuan program dan ada kesepakatan tentang prosedur yang akan digunakan untuk mencapai target program dari pertemuan-pertemuan yang terkait dengan pelaksanaan CSR.

3. Pengukuran Corporate Social Responsibility

Pengukuran CSR dapat dilakukan dengan menggunakan metode GRI G4. Metode ini dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI).

Instrument pengukuran CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi. Setiap item CSR yang diungkapkan dalam penelitian akan diberi nilai 1, dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Dengan demikian untuk skor dari setiap item dijumlahkan untuk mendapatkan keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan :

CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

$\sum X$ = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan

N = Jumlah item pengungkapan CSR

2.2.5. Profitabilitas

1. Pengertian Profitabilitas

Menurut Sawir (2009), profitabilitas adalah hasil bersih dari pendekatan dan pilihan administrasi yang berbeda. Proporsi ini menunjukkan secara garis besar derajat kecukupan dan kecakapan administrasi organisasi. Profitabilitas biasanya digunakan untuk mengukur produktivitas pemanfaatan modal dalam suatu organisasi dengan membandingkan manfaat dan modal yang digunakan dalam kegiatan organisasi.

2. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014), alasan untuk memperkirakan profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Memastikan laba yang diperoleh organisasi dalam periode tertentu.
- b. Survei posisi laba organisasi antara tahun sebelumnya dan tahun berjalan.
- c. Mengevaluasi kemajuan laba dalam jangka panjang.
- d. Survey ukuran keuntungan bersih setelah dibebankan dengan modal sendiri.
- e. Memperkirakan kegunaan semua keuangan organisasi yang digunakan baik modal awal maupun modal sendiri.
- f. Memperkirakan kegunaan semua organisasi subsidi yang digunakan baik modal sendiri.

Sedangkan keuntungan atau manfaat yang diberikan dengan mengetahui proporsi profitabilitas adalah:

- a. Mengetahui tingkat laba yang diperoleh organisasi dalam periode tertentu.
- b. Menyadari posisi laba organisasi antara tahun sebelumnya dan tahun berjalan.
- c. Mengetahui peningkatan laba sesekali.
- d. Mengetahui ukuran keuntungan bersih setelah dibebankan dengan modal sendiri.
- e. Mengetahui kegunaan dari semua subsidi organisasi yang digunakan baik modal awal maupun modal sendiri .

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Sebagaimana dijelaskan oleh Munawir (2004), ada beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas suatu organisasi, khususnya:

a. Jenis perusahaan

Profitabilitas perusahaan bergantung pada jenis perusahaan, jika perusahaan menjual barang dagangan atau jasa, pembeli biasanya akan lebih menguntungkan daripada perusahaan yang memproduksi barang modal.

b. Umur perusahaan

Organisasi yang sudah berdiri cukup lama akan lebih mantap daripada organisasi yang baru berdiri. Usia organisasi ini adalah usia

dari berdirinya organisasi sampai organisasi dalam hal apapun dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

c. Skala perusahaan

Jika skala ekonomi perusahaan lebih tinggi, perusahaan dapat mengirimkan barang dengan harga yang benar-benar minimal. Tingkat pengeluaran minimal adalah metode organisasi untuk mendapatkan manfaat yang ideal.

d. Harga produksi

Organisasi dengan biaya pembuatan yang umumnya lebih rendah akan memiliki manfaat yang lebih disukai dan lebih stabil daripada organisasi dengan biaya pembuatan yang tinggi.

e. Habitat bisnis

Organisasi yang bahan pembuatannya dibeli di premis rutin akan mendapatkan kebutuhan yang lebih stabil daripada di premis non-konstan.

f. Produk yang dihasilkan

Organisasi yang memiliki item yang diidentifikasi dengan persyaratan penting, biasanya penghasilan organisasi akan lebih stabil daripada organisasi yang menghasilkan produk modal

4. Pengukuran Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah proporsi yang menunjukkan kapasitas organisasi untuk memahami tingkat manfaat baik sebagai laba

organisasi maupun nilai moneter dari sumber daya bersih organisasi, transaksi, dan modal sendiri (Raharjaputra, 2009).

- a. Gross Profit Margin (GPM)

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

- b. Operating Profit Margin (OPM)

$$OPM = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

- c. Net Profit Margin (NPM)

$$NPM = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

- d. Return On Investment (ROI)

$$ROI = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

- e. Return On Equity (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

- f. Return on Common Stock Equity

$$\text{Return on Common Stock Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} - \text{Dividen Preferen}}{\text{Modal Sendiri} - \text{Modal Saham Preferen}}$$

- g. Earning per Share (EPS)

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Jumlah Lembar Saham Biasa yang Beredar}}$$

- h. Basic Earning Power (BEP)

$$BEP = \frac{EBIT}{Total Aktiva}$$

2.2.6. Struktur Modal

1. Pengertian Struktur Modal

Menurut Halim (2007:78), Struktur modal merupakan keseimbangan antara kewajiban sesaat yang tetap, kewajiban jangka panjang, saham favorit dan saham normal. Dalam hipotesis konstruksi modal, dinyatakan apakah perubahan dalam desain modal mempengaruhi nilai organisasi, menerima bahwa pilihan spekulasi dan pengaturan laba tidak berubah. Jika konstruksi modal mempengaruhi nilai organisasi, berarti desain modalnya bagus, jika konstruksi modal tidak berdampak pada nilai, berarti tidak ada konstruksi modal yang terbaik.

2. Komponen Struktur Modal

Menurut Riyanto (2008:227) komponen struktur modal terdiri sebagai berikut :

a. Modal Asing

Modal asing atau obligasi dapat dibagi menjadi tiga jenis, khususnya yang menyertai:

- 1) Utang Jangka Pendek
- 2) Utang Jangka Menengah
- 3) Utang Jangka Panjang

b. Modal Sendiri

Modal sendiri dapat dipisahkan menjadi beberapa macam, antara lain:

1) Modal Saham

Modal saham merupakan “tanda bukti pengembalian bagian dalam sebuah perusahaan. Terdapat jenis-jenis dari saham yakni saham biasa (common stock), saham preferen (prefed stock), saham kumulatif (cummulative prefered stock) dan lain sebagainya”.

2) Cadangan

Cadangan merupakan “sebagai cadangan yang dibuat dari perolehan keuntungan yang didapat oleh perusahaan selama jangka waktu yang lalu atau dari tahun yang berjalan. Cadangan yang masuk dalam modal sendiri diantaranya cadangan ekspansi, cadangan modal kerja, cadangan selisih kurs, cadangan untuk menampung hal-hal atau kegiatan-kegiatan yang tidak terduga sebelumnya”.

3) Laba Ditahan

Manfaat yang diperoleh oleh suatu organisasi dapat diberikan sebagian sebagai keuntungan dan setengahnya dipegang oleh organisasi. Jika organisasi memegang manfaat ini karena alasan tertentu, penghematan dilakukan. Dalam hal organisasi tidak memiliki alasan tertentu mengenai pemanfaatan manfaat tersebut, maka pada saat itu manfaat tersebut bersifat manfaat.

3. Teori Struktur Modal

a. Pecking Order Theory

Penelitian ini menggunakan hipotesis yang berkaitan dengan struktur modal, khususnya hipotesis hierarki karena organisasi yang perlu banyak berkembang harus memiliki modal yang diperoleh dari kewajiban. Namun, sulit bagi organisasi untuk mendapatkan kemajuan, karena mereka harus terlebih dahulu memeriksa apakah semuanya benar untuk mengambil kewajiban.

Pecking order theory adalah pengaturan sumber pembiayaan dari dalam (pendapatan yang ditahan) dan dari luar (penerbitan nilai baru) (Wibowo, 2013:26).

b. Signalling Theory

Seperti yang ditunjukkan oleh Arifin (dalam Naibaho, 2013:12) memberikan penegasan: Hipotesis ini dibuat dari kecurigaan adanya ketidakrataan data antara investor dan teman direktur. Karena ada data yang tidak merata, direktur harus berusaha menawarkan tanda-tanda kepada pendukung keuangan. Tanda harus melalui sesuatu yang dapat dipercaya dan tidak mudah ditiru. Dalam strategi pembangunan modal, tanda yang diberikan adalah dengan memanfaatkan sebagian besar kewajiban terhadap organisasi.

Hanya organisasi yang benar-benar solid akan menghadapi tantangan masuk ke masalah keuangan ketika paket kewajiban organisasi tinggi. Sehingga pembagian kewajiban yang tinggi

dimanfaatkan oleh direksi sebagai tanda bahwa organisasi tersebut memiliki kinerja yang dapat diandalkan.

c. Trade-Off Theory

Sesuai Brigham dan Houston (2001:34) Trade off theory dari leverage memberikan penjelasan bahwa organisasi menyeimbangkan keuntungan dari subsidi dengan kewajiban (perlakuan biaya individu yang ideal dari biaya pinjaman yang tinggi dan biaya likuidasi yang tinggi).

d. Agency Theory

Agency theory atau teori keagenan bekerja sebagai upaya untuk “mendapatkan, menyelesaikan dan mengurus isu-isu yang muncul jika ada data yang terfragmentasi ketika akan kesepakatan (komitmen)”. Teori keagenan berkaitan tentang menangani dua masalah yang mungkin terjadi dalam koneksi kantor.

e. Modigliani-Miller (MM)

Teori Modigliani dan Miller (teori MM) merupakan teori yang memiliki pandangan bahwa “struktur modal tidak relevan dan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan”.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal

a. Struktur Aset

b. Modal Kerja

c. Pertumbuhan Aktiva

d. Risiko

e. Likuiditas

f. Ukuran Perusahaan

g. Profitabilitas

5. Pengukuran Struktur Modal

Pengukuran struktur modal menggunakan rasio solvabilitas atau *leverage*. Sebagaimana ditunjukkan oleh Halim (2015:216) proporsi *leverage* digunakan untuk mengukur seberapa besar organisasi dibiayai oleh kewajiban. Semakin tinggi proporsinya menyiratkan semakin tinggi bahaya moneter yang dimiliki organisasi. Hal ini menunjukkan semakin menonjolnya bahaya ketidakberdayaan organisasi untuk memenuhi biaya tetap, baik biaya bunga tertentu atau kewajiban pokok, dalam keadaan keuangan yang memburuk (Halim, 2015: 216). Perkiraan rasio solvabilitas terdiri dari atas sebagai berikut.

a. *Debt to Assets Ratio* (DAR)

Proporsi ini menggambarkan seberapa besar kewajiban yang digunakan dalam membiayai sumber daya umum yang dimiliki atau seberapa besar jarak antara kewajiban organisasi dan sumber daya organisasi.

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

b. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Proporsi ini menggambarkan pengujian penggunaan subsidi yang diperoleh melalui kewajiban dengan pembiayaan melalui modal sendiri.

$$DER = \frac{\textit{Total Utang}}{\textit{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

c. *Long-Term Debt to Equity Ratio (LTDER)*

Proporsi ini menggambarkan berapa jumlah modal sendiri yang digunakan sebagai jaminan untuk kewajiban jangka panjang dengan memanfaatkan korelasi antara kewajiban jangka panjang dan modal sendiri.

$$LTDER = \frac{\textit{Ekuitas Pemegang Saham}}{\textit{Utang Jangka Panjang}}$$

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Kewajiban sosial perusahaan adalah suatu jenis kegiatan yang diawali dengan perenungan moral organisasi yang berharap dapat meningkatkan perekonomian, meningkatkan kepuasan pribadi bagi perwakilan dan keluarganya, dan meningkatkan kepuasan pribadi bagi daerah sekitarnya. Pelaksanaan CSR dapat menciptakan kepercayaan dari berbagai perkumpulan kepada organisasi.

Mengingat kepercayaan itu, pendukung keuangan akan tertarik untuk menempatkan sumber daya ke dalam organisasi yang bersangkutan. Kelompok masyarakat juga akan menjunjung tinggi latihan operasional organisasi. “Dengan semakin banyaknya pengungkapan CSR, nilai organisasi akan meningkat”.

Hasil penelitian Dwi Ermayanti Susilo, Grahita Chandrarin, & Boge Triatmanto (2019) menyatakan bahwa “*Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.”

2.3.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas merupakan gambaran presentasi pengurus dalam berhubungan dengan organisasi. Proporsi manfaat atau proporsi produktivitas menunjukkan pencapaian organisasi dalam menciptakan manfaat. Secara keseluruhan, ROE menunjukkan keuntungan yang akan dinikmati oleh investor. Perkembangan ROE menunjukkan kemungkinan organisasi semakin membaik karena menyiratkan adanya potensi untuk memperluas manfaat bagi organisasi. Hal ini dirasakan oleh para penyandang dana sebagai sinyal positif dari organisasi sehingga akan membangun kepastian penyandang dana dan akan mempermudah pengurus organisasi untuk menarik modal sebagai penawaran. Dalam hal terjadi peningkatan minat terhadap penawaran suatu organisasi, berimplikasi pada peningkatan biaya penawaran di pasar modal.

Hasil penelitian Dea Putri Ayu dan A.A Gede Suarjaya (2017) menyatakan bahwa “profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.”

2.3.3. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

Trade-off theory menjelaskan bahwa jika struktur modal berada di bawah titik ideal, kewajiban tambahan apa pun akan membangun nilai organisasi, sekali lagi, jika situasi pembangunan modal berada di atas titik ideal, kewajiban tambahan apa pun akan mengurangi nilai aset organisasi. Dengan menggunakan anggapan bahwa tanda objektif dari pembangunan modal yang ideal belum tercapai, maka, pada saat itu tergantung pada *trade-off theory*, itu tidak lain adalah hubungan positif terhadap harga perusahaan (Kusumajaya, 2011).

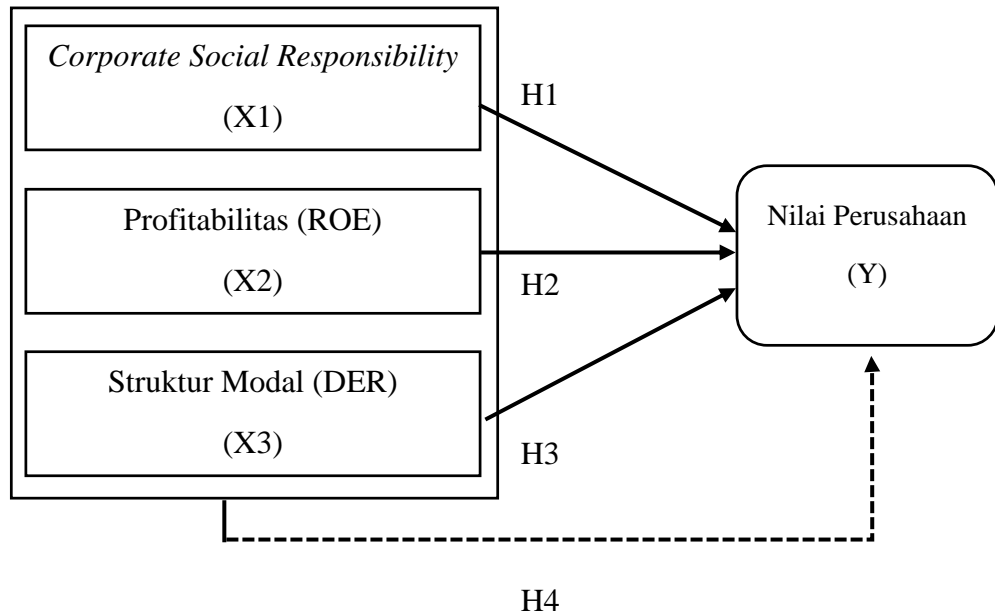
Hasil penelitian Ta'dir Eko Prasetya, Parengkuan Tommy dan Ivone S. Saerang (2014) menyatakan bahwa “struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.”

2.3.4. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan adanya pengungkapan CSR yang maksimal, “meningkatnya laba bersih, dan struktur modal dapat meningkatkan nilai perusahaan.”

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.4

Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis

Hipotesa adalah akhir sementara yang masih harus dibuktikan dengan valid. hipotesis ini adalah akhir dari latihan penyelidikan hipotetis yang diselesaikan oleh spesialis sebelum memimpin pemeriksaan lebih lanjut. Spesialis dapat membuat spekulasi penelitian tergantung pada pemeriksaan hipotetis yang telah digambarkan dalam bacaan kursus yang berbeda, buku harian, atau tergantung pada selesainya penyelidikan komparatif yang telah diselesaikan oleh ilmuwan masa lalu (Hadi, 2006).

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

H2 : Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

H3 : Struktur Modal (DER) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

H4 : Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.