

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Nilai Perusahaan

Tujuan perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan atau adanya pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang mudah terlihat adalah adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar seandainya perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Gultom dan Syarif, 2008).

Price to book value (PBV) merupakan salah satu indikator dalam menilai perusahaan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi rasio PBV menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Ang, 1997 dalam Nathaniel 2008).

PBV sangat erat kaitannya dengan harga saham. Perubahan harga saham akan merubah rasio PBV. Rasio PBV yang semakin tinggi mengindikasikan harga saham yang semakin tinggi pula. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil nilai PBV perusahaan berarti harga saham semakin murah. Hal ini mencerminkan nilai perusahaan rendah. Perusahaan yang harga sahamnya senantiasa tinggi mengindikasikan prospek pertumbuhan perusahaan yang baik. Dengan kata lain, rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham, 1999, dalam Wahyudi dan Pawestri, 2006).

Keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal. Berdasarkan nilai PBV, investor juga dapat memprediksi saham-saham yang mengalami *undervalued* atau *overvalued*, sehingga dapat menentukan strategi investasi yang sesuai dengan harapan investor untuk memperoleh deviden dan *capital gain* yang tinggi (Yulianto, 1998 dalam Pandowo, 2002). Menurut Bringham dan Ehrhardt (2002), formula untuk menghitung *price to book value* ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price to book value} = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung dari

$$\text{Book value per share} = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2.2 Kinerja Keuangan

2.2.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah prestasi kerja suatu perusahaan di bidang keuangan. Kinerja keuangan juga dapat diartikan sebagai prestasi yang telah diwujudkan melalui kerja yang telah dilakukan dan dituangkan dalam laporan keuangan serta dapat digunakan sebagai tolok ukur untuk mengetahui tingkat keberhasilan perusahaan dalam periode tertentu (Kwartika, 2007). Menurut Hanafi dan Halim (1996), kinerja keuangan berarti kondisi keuangan perusahaan pada periode waktu tertentu yang berbeda dari kondisi sebelumnya, dimana kinerja ini diukur dengan rasio keuangan yang terdiri dari likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, aktivitas, dan pasar. Kinerja keuangan merupakan kemampuan perusahaan mempertahankan dan memperbaiki kondisi keuangan perusahaan sehingga tidak mengarahkan perusahaan kepada risiko keuangan yang lebih besar (Husnan, 1998 dalam Ana, 2006). Untuk memahami kinerja keuangan diperlukan sumber informasi yang akurat, yaitu laporan keuangan.

2.2.2 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil

pencapaian perusahaan. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (2004), laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara, misalnya sebagai laporan arus kas atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi keuangan suatu perusahaan dan aktivitas-aktivitasnya kepada pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Pihak-pihak tersebut adalah investor, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok dan kreditor usaha lainnya, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat.

Menurut IAI (2004) dalam PSAK tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan yang disusun untuk tujuan ini memenuhi kebutuhan bersama sebagian besar pemakai. Manfaat laporan keuangan tersebut menjadi optimal bagi investor apabila investor dapat menganalisis lebih lanjut melalui analisis rasio keuangan (Penman, 1991 dalam Ulupui 2006).

2.2.3 Rasio Keuangan

Rasio menggambarkan suatu hubungan atau perimbangan (*mathematical relationship*) antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lain. Dengan menggunakan alat analisa berupa rasio akan dapat menjelaskan atau memberi gambaran kepada penganalisa tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan (Munawir, 1995).

Jenis-jenis rasio keuangan yaitu sebagai berikut:

- a. Rasio likuiditas, yaitu rasio yang memberikan informasi tentang tingkat kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutang jangka pendek. Likuiditas suatu perusahaan tergantung pada kemampuan untuk merubah aktiva non kas menjadi kas. Rasio ini terdiri dari rasio lancar (*current ratio*) dan rasio cepat (*quick ratio*).
- b. Rasio aktiva, yaitu seperangkat rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan barang dan jasa. Atau dengan kata lain, rasio ini mengukur seberapa besar kecepatan aktiva-aktiva perusahaan dikelola dalam rangka melaksanakan aktivitas bisnisnya. Rasio ini terdiri dari rasio perputaran persediaan (*inventory turnover ratio*), rasio jangka waktu penagihan (*days sales outstanding/DSO*), rasio perputaran aktiva tetap (*fixed assets turnover ratio*) dan rasio perputaran total aktiva (*total assets turnover ratio*).

- c. Rasio leverage, yaitu rasio yang menunjukkan penggunaan hutang sebagai sumber pembiayaan perusahaan. Rasio ini terdiri dari rasio hutang (*debt ratio*), dan *times-interest-earned (TIE) ratio*.
- d. Rasio profitabilitas, yaitu rasio yang memberikan informasi tentang kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sejumlah investasi atau modal yang ditanamkan. Rasio ini merupakan kriteria penilaian secara luas dan dianggap paling valid digunakan sebagai indikator tentang efektivitas manajemen dan alat pengendalian bagi manajemen serta alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan. Rasio ini terdiri dari *gross profit margin*, *operating profit margin*, *Net Profit Margin*, *return on equity (ROE)*, dan *Return on assest(ROA)*.

2.2.4 Mengukur Kinerja Keuangan dengan ROA

ROA memberikan informasi tentang hubungan antara laba bersih dengan total aktiva. Rasio ini mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. ROA menunjukkan *earning power* perusahaan yang mencerminkan kinerja manajemen dalam menggunakan seluruh aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, menunjukkan semakin efektif kinerja operasi

perusahaan dalam hal memanfaatkan semua aset yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghasilkan laba.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.3.1 Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)

Ada berbagai macam definisi tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Definisi paling tua mengenai CSR dikemukakan oleh Bowen (1953). Menurut Bowen (1953) dalam Hartanti (2006), CSR adalah kewajiban dari seorang pebisnis untuk mengusahakan dan melaksanakan tindakan-tindakan dalam kerangka tujuan dan nilai-nilai sosial masyarakat. Seorang pebisnis harus berpikir lebih luas daripada angka-angka keuntungan dan kerugian.

Menurut ISO 2006, CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. *The Global Reporting Initiative* (GRI) mendefinisikan CSR sebagai dimensi sosial dari konsep keberlanjutan yang mencakup dampak aktivitas organisasi terhadap masyarakat, termasuk karyawan, pelanggan,

mitra bisnis dan pemasok. Sementara itu, menurut *Indonesia Center for Sustainable Development (ICSD)*, CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, terutama masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan.

Secara philosophy, konsep CSR dapat dikategorikan dalam tiga paradigma, yaitu adalah *Pristine Capitalist*, *Social Contract*, dan *Enlightened Self-Interest* (Hartanti, 2006).

1. *Pristine Capitalist*

Menurut pandangan ini, satu-satunya tanggung jawab sosial bagi sebuah bisnis adalah menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham, untuk tumbuh, berkembang, dan melaksanakan efisiensi ekonomi dengan penggunaan sumberdaya sedemikian rupa selama tetap menaati peraturan, yaitu tidak berlaku curang dalam sebuah sistem kompetisi bebas dan terbuka. Semua makna tanggung jawab sosial di luar definisi ini dianggap sebagai penyalahgunaan dana pemegang saham.

2. *Social Contract*

Pandangan ini berpendapat bahwa sebuah perusahaan dapat berusaha dalam perekonomian karena adanya kontrak sosial (*social contract*) dengan masyarakat dan oleh karenanya bertanggung jawab atau terikat dengan keinginan masyarakat tersebut. Dengan adanya kontrak sosial

tersebut, perusahaan bertindak sebagai agen moral (*moral agent*), konsekuensinya perusahaan harus memaksimalkan manfaat/keuntungan sosial bagi masyarakat.

3. *Enlightened Self-Interest*

Pandangan ini berada di sisi pertengahan antara *pristine capitalist* dan *social contract*. Menurut pandangan ini, stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya akan dapat dicapai jika perusahaan juga memasukkan unsur tanggungjawab sosial kepada masyarakat paling tidak dalam tingkat yang minimal.

2.3.2 Ruang Lingkup CSR

Menurut *Prince of Wales International Business Forum*, ada 5 (lima) pilar aktivitas CSR yaitu sebagai berikut :

- a. *Building human capital* adalah berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.
- b. *Strengthening economies* adalah perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya.
- c. *Assesing social chesion* adalah upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.
- d. *Encouraging good governance* adalah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, harus mengacu pada Good Corporate Governance (GCG).

e. *Protecting the environment* adalah perusahaan harus berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.

Menurut Darwin (2006), secara umum isu CSR mencakup lima komponen pokok, yaitu:

1. Hak azasi manusia (HAM): tentang bagaimana perusahaan menyikapi masalah HAM dan strategi serta kebijakan apa yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghindari terjadinya pelanggaran HAM di perusahaan yang bersangkutan.
2. Tenaga kerja (buruh): tentang bagaimana kondisi tenaga kerja di *supply chain* atau di pabrik milik sendiri mulai dari sistem penggajian, kesejahteraan hari tua dan keselamatan kerja, peningkatan keterampilan dan profesionalisme karyawan, sampai pada soal penggunaan tenaga kerja di bawah umur.
3. Lingkungan hidup: tentang bagaimana strategi dan kebijakan yang berhubungan dengan masalah lingkungan hidup dan bagaimana perusahaan mengatasi dampak lingkungan atas produk atau jasa, mulai dari pengadaan bahan baku sampai pada masalah pembuangan limbah, serta dampak lingkungan yang diakibatkan oleh proses produksi dan distribusi produk.
4. Sosial – masyarakat: tentang bagaimana strategi dan kebijakan dalam bidang sosial dan pengembangan masyarakat setempat (*community development*), serta dampak operasi perusahaan terhadap kondisi sosial dan budaya masyarakat setempat.

5. Dampak produk dan jasa terhadap pelanggan: tentang apa saja yang dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa produk dan jasa bebas dari dampak negatif seperti mengganggu kesehatan, mengancam keamanan, dan produk terlarang.

2.3.3 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan telah diatur dalam Undang-undang RI No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 66 dinyatakan bahwa laporan tahunan harus memuat salah satunya adalah mengenai laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas yang berisi 4(empat) ayat, yaitu:

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

Guthrie dan Parker (1990) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Menurut Darwin (2006), pengungkapan kinerja CSR kini semakin penting terutama untuk membuat keputusan investasi jangka panjang. Melalui laporan ini akan terungkap apakah perusahaan sudah menjalankan akuntabilitas sosial dan lingkungan secara optimal. Untuk membangun akuntabilitas sosial dan lingkungan secara optimal, perusahaan bukan hanya diminta patuh pada perundang-undangan yang berlaku tetapi juga mengikuti *best practise*, norma-norma, konsensus-konsensus, dan inisiatif-inisiatif

yang diprakarsai oleh berbagai institusi atau asosiasi industri terutama yang terkait dengan isu CSR. Perusahaan harus bersikap terbuka dan jujur dalam menyampaikan pertanggungjawaban dan pelaporan kepada *stakeholders*, mengembangkan nilai-nilai (*values*) yang diyakini dalam budaya perusahaan untuk dianut oleh seluruh karyawan, serta merumuskan dan menjalankan kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk menjaga keberlanjutan perusahaan.

Bagi para investor di pasar modal, pengungkapan CSR dalam laporan CSR digunakan sebagai bahan pertimbangan ketika akan melakukan kegiatan investasi. Laporan tersebut bermanfaat untuk mengidentifikasi perusahaan yang mempunyai komitmen tinggi terhadap CSR. Perusahaan yang mempunyai komitmen tinggi dalam melaksanakan CSR akan mendapatkan apresiasi dari masyarakat sehingga reputasi perusahaan meningkat. Reputasi yang baik akan memudahkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnisnya sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangannya, yang kemudian tercermin lewat harga saham yang semakin tinggi. Dengan kinerja keuangan yang semakin baik maka kepercayaan investor akan meningkat karena adanya kemampuan perusahaan dalam memberikan *return* sesuai harapan investor. Sehingga adanya pengungkapan lebih terhadap tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan reaksi pasar dan ketertarikan investor dalam menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan merupakan faktor penting bagi investor dalam pembuatan keputusan ketika akan melakukan kegiatan investasi. Investor tentunya akan lebih menyenangi perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik. Koesno (1990) dalam Resmi (2000) mengatakan bahwa salah satu faktor yang penting yang mempengaruhi harapan investor adalah kinerja keuangan dari tahun ke tahun. Kinerja keuangan perusahaan dapat menjadi petunjuk arah naik turunnya harga saham suatu perusahaan. Oleh karena itu, harga saham lebih banyak ditentukan oleh reputasi atau kinerja perusahaan sendiri. Kinerja keuangan yang semakin buruk menyebabkan minat investor untuk berinvestasi rendah karena harapan untuk memperoleh *return* tinggi sesuai yang diinginkan investor akan sulit tercapai. Hal ini mengakibatkan harga saham menjadi turun. Begitu pula sebaliknya, semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan, maka semakin tinggi minat investor untuk berinvestasi dengan harapan investor akan memperoleh *return* tinggi sesuai yang diinginkannya. Hal ini akan mengakibatkan harga saham menjadi naik, artinya nilai perusahaan pun meningkat.

Return on Asset merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. ROA memberikan informasi tentang hubungan antara laba bersih dengan total aktiva. Rasio ini mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Dengan ROA yang tinggi

maka tingkat kepercayaan investor akan meningkat karena semakin tinggi ROA, semakin tinggi juga kemampuan perusahaan untuk memberikan *return* bagi investor. Hal tersebut membuat minat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan emiten meningkat. Minat investor yang tinggi dalam melakukan kegiatan berinvestasi membuat harga saham perusahaan semakin tinggi. Artinya nilai perusahaan pun juga semakin tinggi.

Yuniasih dan Wirakusuma (2008) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang ditunjukkan oleh ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ulupui (2007) menemukan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap *return* saham satu tahun ke depan. Oleh karena itu, ROA merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Carlson dan Bathala (1997) dalam Suranta dan Pratana (2004) juga menemukan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dengan adanya kecenderungan bahwa semakin baik kinerja keuangan, semakin tinggi pula nilai perusahaan, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ha : Kinerja keuangan (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Pemoderasi

Hubungan Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Koesno (1990) dalam Resmi (2000) mengatakan bahwa salah satu faktor yang penting yang mempengaruhi harapan investor adalah kinerja keuangan dari tahun ke tahun. Namun kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan (*triple bottom line*). Sinergi dari ketiga elemen tersebut merupakan kunci dari konsep pembangunan yang berkelanjutan (Siregar, 2007). Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR (Kiroyan, 2006 dalam Yuniasih dan Wirakusuma, 2008). Menurut Lako (2007), salah satu keuntungan apabila perusahaan menerapkan CSR secara berkelanjutan adalah profitabilitas dan kinerja keuangan yang semakin kuat.

Bagi para investor di pasar modal, pengungkapan CSR dalam laporan CSR digunakan sebagai bahan pertimbangan ketika akan melakukan kegiatan investasi. Laporan tersebut bermanfaat untuk mengidentifikasi perusahaan yang mempunyai komitmen tinggi terhadap CSR. Perusahaan yang mempunyai komitmen tinggi dalam melaksanakan

CSR akan mendapatkan apresiasi dari masyarakat sehingga reputasi perusahaan meningkat. Reputasi yang baik akan memudahkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnisnya sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangannya. Dengan kinerja keuangan yang semakin baik maka kepercayaan investor akan meningkat karena adanya kemampuan perusahaan dalam memberikan *return* sesuai harapan investor. Hal ini membuat minat investor untuk berinvestasi menjadi tinggi yang pada akhirnya membuat harga saham menjadi semakin tinggi pula, artinya nilai perusahaan pun meningkat. Sehingga adanya pengungkapan lebih terhadap tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan reaksi pasar dan ketertarikan investor dalam menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR akan memperkuat kinerja keuangannya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena adanya ketertarikan investor terhadap perusahaan yang mengungkapkan lebih tentang aktivitas sosialnya.

Hasil penelitian tentang pengaruh kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Yuniasih dan Wirakusuma (2008), Ulupui (2007), Carlson dan Bathala (1997) dalam Suranta dan Pratana (2004) dalam penelitiannya menemukan bahwa kinerja keuangan (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Sasongko dan Wulandari (2006), Natarsyah (2002) dalam Ulupui (2007), Perdana dkk. (2007) di dalam penelitiannya menemukan

bahwa kinerja keuangan (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya hasil yang tidak konsisten menunjukkan ada faktor lain yang turut menginteraksi. Hasil tersebut mendorong peneliti untuk memasukkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Yuniasih dan Wirakusuma (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan Kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR (Kiroyan, 2006 dalam Yuniasih dan Wirakusuma, 2007). Hal tersebut mengindikasikan bahwa penerapan CSR akan memperkuat kinerja keuangannya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena adanya ketertarikan investor terhadap perusahaan yang mengungkapkan lebih tentang aktivitas sosialnya. Dengan adanya kecenderungan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ha : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh memperkuat hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.