

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi berfokus membahas tentang hubungan perusahaan dengan masyarakat. Menurut Dowling (1975) dalam Kurniasari (2020), ada 2 dimensi yang dipakai agar perusahaan mendapatkan dukungan legitimasi, yaitu aktivitas organisasi perusahaan harus sama dengan sistem nilai di kalangan masyarakat dan pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial. Teori legitimasi menyebutkan perusahaan memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan ini sudah sesuai dengan batasan norma masyarakat di tempat perusahaan berada dan hal tersebut harus dilakukan secara terus menerus (Rustiarini, 2011). Batasan norma dan keinginan masyarakat ini didasarkan dari kontrak sosial. Menurut Rankin *et al* (2012) teori legitimasi dapat digunakan untuk menjelaskan proses di mana kontrak sosial ini dipertahankan. Perusahaan hanya dapat terus ada jika masyarakat tempat mereka beroperasi mengakui bahwa mereka beroperasi dalam sistem nilai yang konsisten dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Nilai dan norma yang terlihat dalam kontrak sosial telah berubah dari waktu ke waktu. Di masa lalu, legitimasi hanya dianggap dalam hal kinerja ekonomi, dengan satu-satunya harapan bisnis adalah menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya. Namun sekarang telah berubah, perusahaan sekarang diharapkan untuk mempertimbangkan berbagai masalah, termasuk konsekuensi lingkungan dan sosial dari kegiatan mereka.

Perusahaan akan mendapatkan izin apabila perusahaan tidak hanya memperhatikan profit melainkan melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat karena pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan akan menunjukkan tingkat kepatuhan sebuah perusahaan (Branco & Rodrigues, 2008 dalam Kurniasari, 2020). Proses untuk memperoleh legitimasi berkaitan dengan banyak pihak dalam masyarakat. Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan mampu meningkatkan legitimasi perusahaan karena perusahaan bisa memberikan kontribusi yang baik kepada masyarakat sekitar, sehingga dengan diterimanya perusahaan oleh masyarakat adalah bentuk legalitas bagi perusahaan (Janra, 2015). Menurut Rankin *et al* (2012), Pengungkapan informasi tentang pengaruh organisasi terhadap hubungannya dengan masyarakat juga dapat digunakan dalam setiap strategi. Perusahaan bisa memberikan informasi untuk mengimbangi berita negatif yang mungkin tersedia untuk umum. Selain itu, perusahaan dapat menarik perhatian pada kelebihan, misalnya penghargaan yang dimenangkan untuk kinerja lingkungan atau pengurangan tingkat kecelakaan, sambil mengecilkan informasi tentang kegiatan negatif seperti polusi. Pelaporan publik melalui laporan tahunan atau situs web entitas dapat menjadi alat yang ampuh dalam menunjukkan bahwa suatu organisasi memenuhi harapan masyarakat.

2.2. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder adalah seluruh pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti karyawan, konsumen, *supplier*, masyarakat, pesaing, dan pemerintahan. Menurut Rankin *et al* (2012) teori *stakeholder* adalah teori yang menggabungkan kepentingan bukan hanya para pemegang saham tetapi meliputi cakupan yang lebih luas dalam sebuah entitas. Perusahaan mesti menjaga hubungan yang baik dengan para *stakeholder* dengan memberikan semua kebutuhan yang diinginkan para *stakeholder*. Perusahaan bisa memberikan informasi terkait dengan posisi, upaya, prestasi TJSL dan lingkungan perusahaan lewat pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada para *stakeholder*.

Menurut Rankin *et al* (2012) pembangunan berkelanjutan penting dalam bisnis, hal tersebut membuat perusahaan sadar bahwa pelaporan kinerja berkelanjutan itu penting. Sebelum istilah laporan berkelanjutan digunakan, istilah yang digunakan awalnya adalah *triple bottom line*. Istilah pelaporan *triple bottom line* pada awalnya diciptakan oleh John Elkington yang mengacu pada tiga bidang utama yang menjadi fokus pembangunan berkelanjutan: pembangunan ekonomi, lingkungan dan sosial. Laporan *triple bottom line* atau laporan keberlanjutan mengacu pada memberikan informasi yang dapat digunakan oleh pemangku kepentingan untuk menilai nilai lingkungan dan sosial suatu entitas tidak hanya menyajikan informasi terkait nilai ekonomi sebuah entitas. Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan harus mampu menerobos tindakan yang bisa memaksimalkan laba demi kepentingan para *stakeholder*, tidak hanya itu tetapi juga agar perusahaan bisa menciptakan

kesejahteraan yang tidak terbatas bukan kepada para pemegang saham saja namun untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan.

2.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai yang perlu dilindungi dan dipertahankan oleh sebuah perusahaan. Menurut Sartono (2010) nilai perusahaan adalah nilai jual dari suatu perusahaan sebagai sebuah bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual atas likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu. Lalu, menurut Harmono (2009) nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang digambarkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan merupakan pandangan dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut, biasanya nilai perusahaan diukur menggunakan nilai harga saham di pasar berdasarkan terbentuknya harga saham di pasar yang merupakan cerminan dari penilaian oleh publik terhadap kinerja keuangan secara riil. Para investor dan pemegang saham pastinya sangat memperhatikan prospek dari profit dan keuntungan sebuah perusahaan, karena ada indikator yang bisa menggambarkan apakah nilai perusahaan ini memiliki prospek yang baik dalam melihat seberapa besar labanya. Apabila prospek keuntungan sebuah perusahaan itu baik maka para investor akan langsung menginvestasikan uang mereka ke perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan Price Earnings Ratio (PER), Price to Book Value (PBV), dan metode Tobin's Q. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan, karena berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengukuran ini yang paling banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi juga pengukuran ini dapat membandingkan antar perusahaan yang sejenis dengan memberikan gambaran terhadap harga saham. Menurut Sukamulja (2004) dalam Kurniasari (2020) Tobin's Q dikembangkan oleh profesor James Tobin pada tahun 1967. Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi incremental. Perusahaan yang memiliki Tobin's Q dengan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan semakin baik, karena investor akan mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk perusahaan yang memiliki nilai pasar aset yang lebih besar daripada nilai bukunya. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan.

$$q = \frac{(\text{closing price saham} \times \text{jumlah saham yang beredar}) + \text{Total Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

2.4. Pengungkapan

Menurut Suwardjono (2008) pengungkapan merupakan informasi yang disediakan dalam bentuk laporan keuangan formal. Menurut Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) pengungkapan adalah memberikan berita pada laporan keuangan,

termasuk laporan keuangan itu sendiri, catatan atas laporan keuangan, dan pengungkapan tambahan yang berkaitan dengan laporan keuangan.

2.5. Tujuan Pengungkapan

Suardjono (2008) mengungkapkan bahwa secara harfiah, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dilihat perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan serta untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda. Dalam penerapannya, investor dan kreditor bervariasi pada hal kecanggihan (*sophistication*). Hal ini dikarenakan pasar modal merupakan sarana primer pemenuhan dana dari warga, sebagai akibatnya pengungkapan bisa diwajibkan untuk:

1. Melindungi (*Protective*)

Tujuan melindungi dilandasi oleh gagasan bahwa tidak seluruh pemakai cukup cangguh sehingga pemakai yang naif perlu dilindungi dengan menyampaikan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomi yang melandasi suatu pos *statement* keuangan. Dengan kata lain, pengungkapan dimaksud untuk melindungi perlakuan manajemen yang mungkin kurang adil dan terbuka (*unfair*). Dengan tujuan ini, volume pengungkapan akan menjadi tinggi.

2. Informative (*Informative*)

Tujuan informatif dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihan tertentu. Dengan demikian, pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut.

3. Kebutuhan Khusus (*Differential*)

Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan perlindungan publik dan tujuan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju sementara untuk tujuan pengawasan, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang menuntut pengungkapan secara rinci.

2.6. Metode Pengungkapan

Menurut Suwardjono (2014) terdapat beberapa metode pengungkapan yang berbeda-beda antara lain:

1. Laporan keuangan dan komunikasi tambahan. Informasi keuangan dapat diungkapkan melalui statemen keuangan dalam bentuk pos atau komponen statemen keuangan.
2. Catatan kaki (catatan atas laporan keuangan). Catatan kaki atau catatan atas laporan keuangan adalah metode pengungkapan untuk informasi yang

tidak efisien atau tidak memenuhi kriteria untuk disajikan dalam bentuk pos atau elemen laporan keuangan.

3. Komunikasi manajemen. Komunikasi manajemen secara resmi dapat disampaikan bersamaan dengan penerbitan laporan tahunan dalam bentuk surat ke pemegang saham, laporan dewan komisaris, laporan direksi, dan *management's discussion and analysis* (MDA).
4. Penggunaan istilah teknis (terminologi). Istilah yang tepat harus digunakan secara konsisten untuk nama pos, laporan, judul, atau subjudul.
5. Penjelasan dalam kurung. Metode akuntansi, makna suatu istilah, penilaian alternatif, dan acuan merupakan informasi yang dapat disajikan dalam tanda kurung.
6. Lampiran. Laporan keuangan utama dapat dipandang seperti ringkasan eksekutif dalam pelaporan manajemen, rincian, *statement* tambahan, daftar rincian, atau semacamnya dapat disajikan sebagai lampiran atau disajikan dalam seksi lain yang terpisah dengan laporan keuangan utama.
7. Penjelasan auditor dalam laporan auditor.

2.7. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* diinterpretasikan sebagai kewajiban bisnis dalam memberikan partisipasi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan lewat keterlibatan dengan para pekerja beserta pengganti dan keluarga mereka juga

kelompok setempat hingga masyarakat umum untuk memajukan kualitas kehidupan dengan cara yang berguna untuk bisnis sendiri maupun bagi pembangunan.

Kotler dan Lee (2005) menjelaskan bahwa terdapat keuntungan yang didapatkan melalui melakukan pelaksanaan CSR terdapat enam bentuk yaitu:

1. Kenaikan penjualan dan ruang bagi pasar.
2. Membentengi *positioning strategy*.
3. Kenaikan pengaruh terhadap citra perusahaan.
4. Meningkatkan kemampuan dalam memikat, mendorong, dan menjaga karyawan.
5. Menurunkan biaya operasional.
6. Meningkatkan pesona bagi investor dan analis keuangan, yang mampu membuat nilai saham bertambah.

Darwin (2004) menjelaskan TJSL adalah teknik untuk sebuah perusahaan yang dengan tulus memadukan perhatiannya kepada lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan hubungannya dengan *stakeholder* melebihi tanggung jawab perusahaan di bidang hukum.

2.7.1. Komponen-Komponen Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Menurut Carrol (1997) dalam Sholihin (2009) menyebutkan bahwa terdapat empat kategori komponen CSR yaitu sebagai berikut:

1. *Economic responsibility*. Tanggung jawab ekonomi merupakan tanggung jawab sosial utama dari sebuah perusahaan hal tersebut karena organisasi

bisnis terdiri dari kegiatan ekonomi yang menciptakan barang serta jasa untuk masyarakat dengan cara yang menguntungkan.

2. *Legal responsibilities*. Masyarakat menginginkan bahwa sekiranya usaha bisa berjalan dengan mematuhi seluruh hukum dan peraturan yang dibuat oleh sendiri masyarakat lewat lembaga parlemen.
3. *Ethical responsibilities*. Masyarakat menginginkan sekiranya perusahaan melaksanakan bisnis dengan cara yang beradab.
4. *Discretionary responsibilities*. Masyarakat menginginkan sekiranya keberadaan perusahaan bisa menghasilkan sesuatu yang berguna bagi mereka. Program yang menunjukkan kepedulian perusahaan bisa memenuhi ekspektasi dari masyarakat.

2.7.2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Sebelum disebut laporan berkelanjutan, awalnya dikenal dengan istilah '*triple bottom line*' yang dicetuskan oleh John Elkington yang mengacu pada tiga bidang utama yang menjadi fokus pembangunan berkelanjutan yaitu pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial (Rankin et al, 2012). Laporan *triple bottom line* (TBL) atau laporan keberlanjutan mengacu pada laporan yang memberikan informasi yang bisa dipakai oleh para *stakeholder* untuk menilai nilai lingkungan dan sosial suatu entitas dan tidak hanya menyajikan informasi tentang nilai ekonomi suatu entitas. Sistem pelaporan keberlanjutan yang diaplikasikan dengan

baik bisa dipakai sebagai bagian dari kerangka kerja yang lebih luas untuk mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam keputusan manajemen bisnis.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sangat penting karena *stakeholder* perlu memberikan penilaian dan melihat sejauh mana perusahaan tersebut dapat melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan para *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang telah dijalankan. Pengungkapan pelaksanaan TJSL menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. Melalui pengungkapan TJSL, pasar akan memberikan respon positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Laporan keberlanjutan atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (TJSL) sudah disajikan oleh berbagai perusahaan dan entitas nirlaba, baik di Australia maupun secara global (Rankin et al, 2012). Sementara jumlah perusahaan yang memberikan laporan keberlanjutan telah meningkat, ada juga panduan hukum yang terbatas tentang metode yang akurat untuk mengembangkan laporan keberlanjutan. Pelaporan di beberapa negara saat ini kebanyakan masih bersifat sukarela dan merupakan tanggung jawab dari perusahaan untuk mengembangkan pola pengukuran dan pelaporan perusahaan mereka sendiri. Pola yang diterima secara luas untuk integrasi konsep keberlanjutan ke dalam bisnis dan pelaporan aspek keberlanjutan tercermin dalam Global Reporting Initiative (GRI). Model

informasi laporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang dijadikan panduan penyajian pengungkapan berkelanjutan di Indonesia adalah *Global Reporting Initiative* (GRI-G4). ISO (2004) menyebutkan bahwa standar GRI-G4 merupakan standar GRI generasi keempat yang dikeluarkan pada tahun 2013 dan sudah direvisi juga dikembangkan untuk cerminan tren saat ini maupun di masa yang akan datang pada bidang pelaporan berkelanjutan. GRI-G4 mempunyai 3 kategori indikator yaitu kategori lingkungan, kategori sosial, dan kategori ekonomi yang jumlah total seluruhnya ada 91 indikator.

2.7.3. Aturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Di Indonesia aturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah sebagai berikut:

1. Peraturan Undang-Undang Pasal 74 Nomor 40 Tahun 2007

Dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun Perseroan itu sendiri dalam rangka terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Peraturan undang-undang ini diatur mengenai:

- a) Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh Perseroan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
- b) Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan didalam ataupun diluar lingkungan Perseroan.
- c) Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya.
- d) Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- e) Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS.
- f) Penegasan pengaturan pengenaan sanksi Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- g) Perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

2. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012

Peraturan pemerintah ini tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseoran Terbatas bahwa, diwajibkan bagi seluruh perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang atau berkaitan dengan sumber daya

alam untuk menyelenggarakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan mengharuskan perusahaan memasukan program tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam rencana kerja tahunan perusahaan. Perusahaan juga harus melaporkan realisasinya masuk dalam laporan tahunan serta wajib dipertanggungjawabkan dalam Rapat Umum Pemegang Perusahaan (RUPS). Namun, aturan ini tidak menyebutkan besaran kewajiban perusahaan menyisihkan dananya untuk program tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan untuk ukurannya hanya berdasarkan hanya kepatuhan dan kewajaran saja.

3. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017

Peraturan OJK ini mengatur tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik dimana Lembaga Jasa Keuangan (LJK), Emiten, dan Perusahaan Publik wajib menyusun laporan keberlanjutan. Laporan keberlanjutan ini disusun secara terpisah dari laporan tahunan atau sebagai bagian yang tidak terpisah dari laporan tahunan dan wajib disampaikan kepada OJK setiap tahun paling lambat sesuai dengan batas waktu penyampaian laporan tahunan yang berlaku untuk masing-masing LJK, Emiten, dan Perusahaan Publik. Laporan keberlanjutan yang disampaikan secara terpisah dari laporan tahunan ini dilaporkan kepada OJK setiap tahun paling lambat tanggal 30 april tahun berikutnya, apabila waktu laporan tersebut jatuh pada hari sabtu, hari minggu, atau hari libur, laporan keberlanjutan wajib dilaporkan

pada hari kerja berikutnya. LJK, Emiten, dan Perusahaan Publik wajib mempublikasikan Laporan Keberlanjutan melalui situs web LJK, Emiten, dan Perusahaan Publik paling lambat pada tanggal 30 april tahun berikutnya, bagi yang belum memiliki situs web, laporan keberlanjutan wajib dipublikasikan melalui media cetak atau media pengumuman lain yang mudah terbaca oleh publik paling lambat pada tanggal 30 april tahun berikutnya.

4. Peraturan Menteri Sosial Pasal 25 Nomor 9 Tahun 2020

Peraturan menteri sosial ini mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Badan Usaha yang menyampaikan laporan tertulis kepada Menteri lewat Direktur Jenderal Pemberdayaan Sosial yang disampaikan lewat sistem dalam jaringan dan di laporkan paling sedikit 1 kali dalam 1 tahun.

2.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Putra & Wirakusuma (2015) meneliti pada 26 perusahaan pertambangan memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan, dan profitabilitas mampu memperkuat hubungan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan. Penelitian kedua dilakukan oleh Juniarti & Stacia (2015) meneliti pada sektor pertambangan dan memberikan hasil *Corporate Social Responsibility* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan, *market share* signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *debt to equity ratio* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Kurniasari (2020) meneliti pada perusahaan sektor manufaktur dengan hasil CSR dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, secara parsial penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan manufaktur. Profitabilitas sebagai variabel moderating dapat memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur, sedangkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan manufaktur.

Penelitian keempat dilakukan oleh Dewi & Kesumastuti (2021) meneliti pada perusahaan manufaktur dengan hasil pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kemudian usia perusahaan dan ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Penelitian terakhir dilakukan oleh Harahap (2021) meneliti pada perusahaan Real Estate memberikan hasil *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Real Estate yang Terdaftar di BEI dan tidak mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Real Estate yang Terdaftar di BEI.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil Penelitian
1	Putra & Wirakusuma (2015)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	26 Perusahaan Pertambangan 2011-2013	<i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan, dan profitabilitas mampu memperkuat hubungan <i>corporate social responsibility</i> pada nilai perusahaan
2	Juniarti & Stacia (2015)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Perusahaan Pertambangan 2009-2013	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>market share</i> signifikan terhadap nilai perusahaan, dan <i>debt to equity ratio</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Kurniasari (2020)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Perusahaan Sektor Manufaktur 2016-2018	CSR dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, secara parsial penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan manufaktur. Profitabilitas sebagai variabel moderating dapat

				memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur, sedangkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan manufaktur.
4	Dewi & Kesumastuti (2021)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Perusahaan Sektor Manufaktur 2016-2018	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kemudian usia perusahaan dan ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan
5	Harahap (2021)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Perusahaan Real Estate 2015-2019	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Real Estate yang Terdaftar di BEI dan tidak mampu memoderasi hubungan antara <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Real Estate yang Terdaftar di BEI.

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.9. Pengembangan Hipotesis

Pada era ini perusahaan dituntut untuk tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimata masyarakat.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh

perusahaan akan membuat persepsi dari investor kepada perusahaan akan dinilai positif oleh para investor, apabila perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dengan baik. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang positif dikeluarkan oleh perusahaan maka para investor akan semakin tertarik berinvestasi pada perusahaan tersebut, jika para investor tertarik maka membuat harga saham naik dan mengakibatkan nilai perusahaan ikut naik. Kemudian, ketika perusahaan juga telah memberikan pandangan dan sikap yang baik kepada masyarakat maka mereka akan sangat peduli dan loyal kepada perusahaan dan apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan nilai positif, sehingga hal tersebut juga bisa meningkatkan harga saham dan bisa memberikan reputasi yang baik bagi perusahaan (Dewi & Kesumastuti, 2021).

Semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori *stakeholder* dimana sebuah perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan sendiri melainkan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan harus mampu menerobos tindakan yang bisa memaksimalkan laba demi kepentingan para *stakeholder*, tidak hanya itu tetapi juga agar perusahaan bisa menciptakan kesejahteraan yang tidak terbatas kepada para pemegang saham saja namun untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan sama seperti dengan legitimasi teori tentang aktivitas perusahaan yang berdampak seperti pada karyawan, masyarakat dan konsumen tidak hanya kepada

investor, hal tersebut implementasikan dengan melakukan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh pihak eksternal diluar para investor.

Hasil penelitian Putra & Wirakusuma (2015) membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013 dan hasil penelitian Kesumastuti & Dewi (2021) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019 juga memberikan hasil CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini berarti bahwa semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka akan berpengaruh pada semakin meningkatnya nilai perusahaan karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

