

**UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MEDAN – INDONESIA**

Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) dari mahasiswa :

**Nama** : Sherina Dewi  
**NPM** : 20510120  
**Program Studi** : Akuntansi  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja Keuangan Dan Implikasinya Pada Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan diterimanya Skripsi ini, maka telah dilengkapi syarat-syarat akademik untuk menempuh Ujian Skripsi guna menyelesaikan studi.

**Sarjana Ekonomi Program Studi Strata Satu (1)  
Program Studi Akuntansi**

Pembimbing Utama



**Dr. Adanan Silaban, SE.,M.Si,Ak.CA**



**Dr.E.Hamonangan Siallagan,SE,M.Si**

Pembimbing Pendamping



**Dr. Amran Manurung, SE.,M.Si, Ak**

Ketua Program Studi



**Dr.E.Manatap Bertiana Lumban Gaol,SE.,M.Si.,Ak,CA**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Tujuan utama setiap perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Suatu perusahaan dengan tata kelola yang baik tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berfokus pada nilai perusahaan berupa aspek keuangan saja. Perusahaan perlu menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan dengan memperhatikan aspek sosial dan lingkungan.

Dalam beberapa tahun terakhir, Tanggung Jawab Sosial Korporat (TJSK) atau Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi topik yang semakin penting dan menarik minat banyak pihak. Para pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan masyarakat, semakin menuntut perusahaan untuk menjalankan operasinya dengan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan menjadi meningkat.

Sejalan dengan Retno dan Priantinah, 2012 dalam( Rahayu Dwi Oktaviami, 2016)) Investor Lebih Berminat Pada Perusahaan Yang Memiliki Citra Yang Baik Di Masyarakat Karena Semakin Baiknya Citra Perusahaan, Loyalitas Konsumen

semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Tanggung Jawab Sosial Korporat (TJSK) atau Corporate Social Responsibility merupakan bentuk pertanggungjawaban untuk stakeholder eksternal maupun internal yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memberikan hubungan timbal balik terhadap stakeholder dan lingkungannya sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik. Corporate Social Responsibility merupakan bentuk sustainability reporting atau laporan berkelanjutan dimana berisi informasi tentang aspek sosial, lingkungan dan keuangan. Hal ini penting karena pemberi modal/investor cenderung memiliki ketterarikan tentang informasi sosial dalam laporan tahunan.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, di Indonesia sendiri Tanggung Jawab Sosial Korporat (TJSK) bukanlah suatu hal yang sukarela, melainkan suatu kewajiban hukum bagi perusahaan untuk mematuhi, hukum di Indonesia telah mengatur perusahaan untuk wajib melakukan Tanggung Jawab Sosial Korporat (TJSK), tetapi tanggung jawab sosial korporat di Indonesia tidak selalu ditegakkan secara efektif. Hal ini dikarenakan pertimbangan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan Tanggung Jawab Sosial Korporat (TJSK) dan manfaat yang nantinya dihasilkan setelah melakukan pengungkapan informasi sosial. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya yang dikeluarkan untuk pengungkapan sosial perusahaan maka dengan sukarela perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial

perusahaan. Meskipun Tanggung Jawab Sosial Korporat adalah kewajiban hukum bagi perusahaan untuk mematuhi, penegakan hukum masih diperlukan untuk memastikan bahwa perusahaan mematuhi hukum jika perusahaan tidak mengikuti peraturan, mereka akan dikenai sanksi hukum dalam bentuk sanksi administratif, perdata, dan pidana.

Undang-Undang No 40 Pasal 74 ayat (1) Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) menyebutkan bahwa perseroan yang bidang usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta wajib melaporkan pelaksanaan tanggung jawab tersebut dalam Laporan Tahunan. Tanggung Jawab Sosial Korporat pertama kali disebutkan oleh Bowen pada tahun 1953 sebagai komitmen sukarela yang berasal dari etika bisnis. Namun, di era modern Tanggung Jawab Sosial Korporat menjadi wajib. Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan menyatakan bahwa perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Selain pentingnya Tanggung Jawab Sosial Korporat (Corporate Social Responsibility), para manajemen perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola dana investor sehingga memberikan manfaat bagi perusahaan dan mencari

sumber dana dari investor lain untuk mengembangkan bisnis. Kemakmuran para pemegang saham maupun pemiliknya dapat tercapai jika nilai perusahaan terus meningkat. Dengan nilai perusahaan yang semakin meningkat maka semakin banyak seorang investor atau pemegang saham akan menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Salah satu bagian perusahaan yang paling kompleks adalah pasar saham. Pasar saham memberi orang kesempatan untuk berinvestasi dalam saham atau obligasi. Harga saham menunjukkan nilai atau kinerja perusahaan, dan harganya akan bergerak seiring dengan kinerja perusahaan (A. Ardiyanto et al., 2020). Memaximumkan harga pasar saham sama dengan memaximumkan nilai perusahaan jika nilainya dapat diproksikan dengan harga sahamnya. Pergerakan saham perusahaan di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti keadaan perusahaan, politik negara, kondisi ekonomi dan sosial, dan budaya masyarakat. Perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi akan membuat pasar percaya pada prospek masa depan dan kinerja saat ini, salah satu faktor yang memengaruhi peningkatan nilai perusahaan adalah pengungkapan kinerja lingkungan perusahaan.

Investasi adalah tindakan di mana dana ditanamkan pada satu atau lebih aset selama periode waktu tertentu dengan tujuan memperoleh pendapatan atau meningkatkan nilai investasi awal. Tujuan investasi ini juga adalah untuk memaximalkan hasil (return) yang diharapkan dalam batas risiko yang dapat diterima untuk masing-masing investor. investasi bisa berupa penanaman uang atau modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya dalam jangka waktu

yang lama dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan.

Salah satu yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan, terutama pada kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas adalah kinerja keuangan. Perusahaan membuat laporan pertanggungjawaban di setiap tahunnya sebagai cerminan kinerja perusahaan ditahun itu kepada investor. Kinerja keuangan dapat dilihat pada laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan, jika presentasi keuangan di perusahaan cukup baik maka akan semakin banyak investor yang menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, sehingga harga saham akan semakin mahal yang akan berdampak kepada nilai perusahaan karena semakin tinggi harga saham disuatu perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan.

Sejalan dengan penelitian Mercedes Rodrigues-Fernandes (2015) (dalam T. Ardiyanto & Haryanto, 2017) yang meneliti tentang hubungan CSR dan kinerja keuangan perusahaan Spanyol yang terdaftar di Madrid Stock Exchange menyatakan bahwa CSR dan kinerja keuangan menunjukkan hubungan positif dua arah yaitu bahwa perilaku sosial itu meningkatkan kinerja keuangan, dan peningkatan kinerja keuangan memacu keuntungan sosial yang lebih besar. Tetapi dalam memaksimalkan nilai perusahaan muncul adanya konflik kepentingan antara manajer dengan para pemegang saham dimana para manajer mengutamakan kepentingan pribadi, pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga

saham sehingga menurunkan nilai perusahaan menurut Jensen dan Meckling, 1976 yang di kutip Permanasari, 2010 (dalam Oktaviani 2016), di tambah dengan perekonomian pasar bebas di era globalisasi berkembang dengan cepat telah membawa perubahan signifikan dalam konteks bisnis sehingga para bisnis harus meningkatkan kinerja perusahaan mereka.

Kondisi kesehatan perusahaan digambarkan dengan kinerja keuangan perusahaan baik dalam keuangan maupun non keuangan, Hal ini membuat kinerja keuangan sebagai bagian untuk menilai posisi keuangan suatu perusahaan dengan mengukur kemampuannya dalam menghasilkan laba yang dihitung dengan melalui analisis rasio-rasio yang diantaranya ada analisis rasio profabilitas, hal ini di karenakan Rasio profabilitas dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Rasio profabilitas dapat diukur dengan beberapa indicator diantaranya ROE (Return on Equity), ROA (Return on Asset) dan ROS (Return on Sales)

Pada Penelitian ini Kinerja keuangan sebagai variabel intervening karena kinerja keuangan merupakan prestasi manajemen yang diukur dari sudut keuangan, peneliti menggunakan ROA (Return on Asset) yaitu antara laba bersih dan total aset. Hal ini di karenakan ROA memperlihatkan sebuah efisiensi suatu perusahaan dalam menggunakan seluruh aset termasuk jumlah utang pada perusahaan tersebut.

Kondisi keuangan yang baik tidak akan menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan ruang lingkup sosial. Pentingnya Tanggung Jawab Sosial

Korporat sebagai bentuk etika bisnis perusahaan yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi tetapi juga kewajiban sosial dan lingkungan akibat dari kegiatan operasionalnya, keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh seberapa baik kontribusinya terhadap kesejahteraan umum, bukan hanya untuk keuntungan perusahaan. Suatu entitas dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan.

Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan diterima masyarakat secara luas dan dapat memperoleh kontrak yang lebih baik dengan pemasok dan pemerintah. (Saputra & Setiawan, 2018) menyatakan bahwa Kinerja manajemen tidak lagi dilihat pada bagaimana perusahaan menghasilkan laba namun juga bagaimana perusahaan mencapai nilai sosial dan lingkungan yang sejalan dengan konsep triple bottom line: profit, people planet.

Di era sekarang Tanggung Jawab Sosial Korporat tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tetapi Tanggung Jawab Sosial Korporat harus berpijak pada triple bottom lines, dimana bottom lines selain financial terdapat juga sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (sustainable).

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang mengalami pro dan kontra mengenai Tanggung Jawab Sosial Korporat yang berkaitan dengan nilai dan kinerja

keuangan perusahaan. (Raharjo & Djanuarti, 2014a) menyatakan bahwa pengungkapan Tanggung Jawab Korporat meningkatkan nilai perusahaan. (Rosiana et al., 2013) mengatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas yang diperoleh perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. (Sindhudiptha & Yasa, 2013) menyatakan bahwa variabel kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara Tanggung Jawab Korporat terhadap nilai perusahaan.

(Aulia Rizaldi, 2015) menyatakan bahwa pengungkapan Tanggung Jawab Korporat yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan karena investor cenderung memilih berinvestasi pada perusahaan yang bertanggung jawab kepada stakeholder. Sedangkan Anne dalam (Marnelly, 2013) mengatakan bahwa Tanggung Jawab Korporat pada dasarnya hanya menurunkan efisiensi ekonomi dan laba perusahaan. Perusahaan harus mengeluarkan lebih banyak biaya untuk memenuhi tanggung jawab ini, yang pada gilirannya akan mengurangi laba perusahaan dan mengakibatkan penurunan profitabilitas perusahaan. Biaya tersebut juga secara tidak langsung dibebankan kepada stakeholder perusahaan yang dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh investor. Pengurangan keuntungan tersebut dapat mempengaruhi minat investor terhadap saham perusahaan. Ketika minat investor menjadi lebih rendah, harga saham akan menurun dan nilai perusahaan juga akan menurun.

Adanya ketidakselarasan beberapa hasil penelitian sebelumnya menyebabkan penelitian ini menarik untuk diteliti. Ketidakselarasan tersebut diduga disebabkan

oleh adanya variabel yang memediasi hubungan antara Tanggung Jawab Korporat terhadap nilai perusahaan. Variabel yang memediasi hubungan tersebut yaitu kinerja keuangan perusahaan. Pada penelitian (Wahyuni, 2018) dengan judul Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating menyatakan bahwa Return on Asset tidak dapat memediasi hubungan antara corporate social responsibility, hal ini disebabkan karena pada beberapa tahun nilai rata-rata Return on Asset yang mengalami penurunan sehingga perusahaan tidak mampu menghasilkan laba dari asset yang ada di perusahaan.

The Millenium Poll On CSR (1999) yang dilakukan oleh Environics International (Toronto), Conference Board (New York) dan Prince of Wales Business Leader Forum (London) melakukan survey terhadap 25.000 responden di 23 negara tentang bagaimana orang terkesan terhadap suatu perusahaan dan hasilnya menyatakan bahwa Hanya 1/3 dari mereka yang menyebutkan tentang bisnis fundamental, yaitu: faktor keuangan, ukuran perusahaan, strategi bisnis atau manajemen. Sementara 40% responden menyebutkan tentang kualitas merek, citra atau reputasi perusahaan. Dan 60% menyebutkan etika bisnis, tanggung jawab kepada masyarakat luas, atau dampak lingkungan paling berperan dalam menjaga dan membentuk reputasi perusahaan, 50% dari mereka mengatakan tidak akan membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan dan, 40% dari mereka ingin “menghukum” perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR.

Pada penelitian ini penulis mencari data yang berada di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan memfokuskan pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar BEI sebagai objek penelitian. Alasan nya karena salah satu komponen utama ekonomi Indonesia adalah pertambangan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya permintaan pasar yang sangat besar dan kondisi harga yang sangat baik. Namun, tantangan terkait dengan dampak lingkungan dan sosial membutuhkan perhatian serius. Di Indonesia Perusahaan Pertambangan tidak terlepas dari berbagai tantangan, terutama terkait dengan dampak lingkungan dan sosial yang ditimbulkannya. Kegiatan pertambangan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan, seperti deforestasi, pencemaran air, dan konflik dengan masyarakat setempat. Perusahaan pertambangan memiliki tanggung jawab besar terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, mengingat aktivitas operasional mereka yang berdampak signifikan secara sosial dan lingkungan, karena Industri pertambangan mengambil dan memanfaatkan sumberdaya alam yang berada di bawah permukaan bumi untuk kemudian diproses lebih lanjut menjadi produk-produk akhir yang dibutuhkan pasar. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan pertambangan untuk secara aktif menjalankan tanggung jawab sosial dan menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dengan keberlanjutan.

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adakah pengaruh tanggung jawab sosial korporat terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Apakah ada pengaruh tanggung jawab sosial korporat terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan adakah

pengaruh dari Tanggung Jawab Sosial Korporat (Corporate Social Responsibility) terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai variabel intervening terkhususnya pada perusahaan pertambangan. Meskipun Penelitian ini telah banyak di teliti tetapi tetap hasil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan tersebut berbeda mengenai sampel maupun tahun periode. Pada penelitian ini menganalisis perusahaan pertambangan dengan periode analisis dari tahun 2019 sampai 2022, yakni 4 tahun terbaru dari penerbitan laporan tahunan yang dilakukan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, adapun pengukuran pengungkapan CSR sebagai variabel independen pada penelitian ini menggunakan metode analisis isi (analys Content) dan dalam pengukuran nilai perusahaan sebagai variabel dependennya menggunakan price book value (PBV) yaitu harga saham dibagi nilai buku, alasan peneliti menggunakan metode ini karena tidak terlalu dipengaruhi oleh fluktuasi laba perusahaan dan dapat membantu mengukur risiko bisnis. Jika nilai buku lebih tinggi dari harga pasar, ini bisa menunjukkan bahwa pasar percaya perusahaan memiliki aset yang kuat dan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali **“Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat (TJSK) terhadap Kinerja Keuangan dan Implikasinya pada Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah tanggung jawab sosial korporat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah tanggung jawab sosial korporat berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah kinerja keuangan dapat memediasi pengaruh tanggung jawab sosial Korporat terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah kinerja keuangan memediasi secara signifikan pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk peneliti selanjutnya, serta dapat digunakan sebagai referensi yang berkaitan dengan Tanggung Jawab Sosial Korporat, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan agar lebih peduli pada lingkungan sosial sehingga muncul citra positif dari masyarakat atas kehadiran perusahaan dilingkungan.
2. Penelitian ini di harapkan dapat berguna sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi dan memberikan pandangan baru dan tidak terpaku pada aspek ukuran moneter saja.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Landasan Teori**

Mengutip dari buku (*Metodologi\_Penelitian*, n.d.) susunan Mila Sari, dkk, landasan teori adalah pernyataan yang disusun secara sistematis dan memiliki variabel yang kuat, atau bisa di definisikan sebagai pernyataan secara eksplisit terhadap sebuah teori yang akan dilakukan evaluasi dan penelitian kritis. Dalam penelitian mengenai Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia membutuhkan kajian teori sebagai berikut:

##### **2.1.1 Teori Pensinyalan (*Signaling Theory*)**

Teori Pensinyalan (*Signaling theory*) adalah teori yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana seseorang atau suatu organisasi memberikan sinyal atau tanda kepada pihak lain untuk memperoleh keuntungan atau kepercayaan. Teori sinyal telah digunakan dalam berbagai bidang, seperti investasi pendidikan, perilaku agresif, dan konsumsi budaya. Dalam konteks hubungan sosial, teori ini dapat digunakan untuk memahami interaksi sosial manusia, dapat digunakan dalam konteks keuangan, seperti dalam pengumuman dividen, di mana pengumuman dividen dapat menjadi sinyal bagi investor tentang prospek perusahaan. Teori ini didasarkan pada

asumsi bahwa pihak yang memberikan sinyal memiliki informasi yang lebih baik daripada pihak lain, dan bahwa sinyal tersebut dapat memberikan manfaat bagi pihak yang menerimanya.

Menurut (Eugene F. Brigham & Joel F. Houston, 2019) sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi para investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori Sinyal ini menjelaskan bahwa semua tindakan mengandung informasi, dan hal ini disebabkan adanya asimetri informasi. Asimetri informasi adalah suatu kondisi dimana suatu pihak memiliki informasi lebih banyak dibanding dengan pihak lain antara pihak manajemen dan pihak eksternal, ketika mendapatkan informasi positif mengenai laporan keuangan seperti laporan tahunan dan non keuangan yang salah satunya adalah laporan tanggung jawab sosial korporat, para manajer akan memberitahukan kepada pihak eksternal guna menaikkan nilai perusahaan.

### **2.1.2 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)**

Teori Stakeholders menjelaskan bahwa perusahaan tidak bisa lepas dari peran stakeholders dalam aktivitas bisnisnya, sehingga perusahaan perlu untuk memuaskan stakeholders dengan cara melaksanakan aktivitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung seperti: Pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan, lembaga pemerhati lingkungan, para

pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Hal pertama mengenai teori stakeholder adalah bahwa stakeholder adalah sistem secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya kompleks dan dinamis.

Freeman (1984) dalam (Aritonang & Rahardja, 2022) mengatakan bahwa setiap perusahaan tidak dapat lepas dari peran pemangku kepentingan dalam kegiatan usahanya, sehingga perusahaan harus melaksanakan kegiatan Tanggung Jawab Sosial Korporat untuk memberikan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Jika suatu bisnis tidak memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan, maka akan berdampak negatif pada bisnis itu sendiri, sehingga kelangsungan hidup bisnis tergantung pada dukungan para pemangku kepentingan. Semakin kuat pemangku kepentingan, semakin besar kemampuan beradaptasi perusahaan. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya.

### **2.1.3 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Teori Legitimasi (*Legitimacy theory*) merupakan faktor strategis bagi perusahaan untuk mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai cara untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama dalam upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat semakin maju. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu diinginkan atau dicari perusahaan dari

masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup karena dengan mengungkapkan Tanggung Jawab Sosial Korporat, perusahaan sekaligus meyakinkan bahwa mereka berusaha untuk menyesuaikan aktivitas perusahaan dengan norma masyarakat dan lingkungan setempat. Definisi tersebut mengartikan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, Pemerintah, dan kelompok masyarakat. Sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada society, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat. Suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi:

- a. Mencoba untuk mendidik stakeholder tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerja.
- b. Mencoba untuk merubah persepsi stakeholder terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- c. Mengalihkan perhatian dari masalah menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif tidak berhubungan dengan kegagalan).
- d. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerja.
- e. Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan

Menurut (Hasmi & Rukmana, 2018) legitimasi dapat memberikan wawasan tentang mekanisme pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang kuat

untuk lingkungan dan media sosial karena wawasan ini nantinya dapat mengurangi legitimacy gap. Teori legitimasi dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam membuat strategi perusahaan yang baik, terutama dalam memposisikan diri ditengah stakeholder atau masyarakat, karena dengan adanya legitimasi perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat yang tepat penting dilakukan agar masyarakat dapat menerima bisnis dan meningkatkan kinerja keuangan dan keuntungan perusahaan.

## **2.2 Tanggung Jawab Sosial Korporat**

Tanggung Jawab Sosial Korporat (TJSK) atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep manajemen di mana perusahaan mengintegrasikan masalah sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan interaksi dengan pemangku kepentingan mereka, dengan kata lain di mana perusahaan mencapai keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan dan sosial, pada saat yang sama memenuhi harapan pemegang saham dan pemangku kepentingan. Tanggung Jawab Sosial Korporat biasanya diungkapkan di dalam laporan Sustainability Reporting. Sustainability Reporting adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (sustainable development).

Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial korporat didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi

pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

(Parengkuan, 2017) mengungkapkan kegiatan Tanggung Jawab Sosial Korporat merupakan suatu investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan, dan bukan lagi dilihat sebagai sarana politik dan sebagai sarana biaya, melainkan sebagai sarana keuntungan perusahaan. Dengan adanya Tanggung Jawab Sosial korporat dalam menjalankan kegiatan dan pengambilan keputusan tidak hanya berdasarkan faktor keuangan saja melainkan juga harus berdasarkan dampak sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Pelaksanaan Tanggung Jawab sosial korporat diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, karena para investor akan lebih condong tertarik berinvestasi kepada perusahaan yang melakukan kegiatan Tanggung Jawab Sosial Korporat. Oleh sebab itu, perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi Tanggung Jawab Sosial Korporat sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan. Hubungan yang baik antara masyarakat dan perusahaan harus diletakkan pada prinsip simbiosis mutualistik, saling pengertian dan saling memberi manfaat. Melalui konsep ini masyarakat diharapkan berperilaku santun dan kooperatif terhadap eksistensi perusahaan, sementara perusahaan tetap dapat beroperasi secara sehat mengejar keuntungan sambil tetap meningkatkan tanggungjawab sosial terhadap lingkungannya, tanpa khawatir akan adanya gangguan

sosial. Jadi, perusahaan akan mendapatkan keuntungan sosial yang akan diperoleh sebuah perusahaan apabila melakukan kegiatan CSR, yang pada gilirannya akan mendapatkan keuntungan financial (Rudito & Famiola, 2013)

Ketika perusahaan mengimplementasikan Tangung Jawab Sosial Korporat maka ada beberapa keuntungan yang terjadi seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan citra dan kekuatan perusahaan, mengurangi biaya operasioal dan meningkatkan daya tarik untuk investor. Sangat penting perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan, karena Tanggung Jawab Sosial Korporat membantu perusahaan untuk memperoleh keuntungan di masa depan. Bukan hanya keuntungan ekonomi, tetapi juga keuntungan secara sosial daln lingkungan bagi keberlanjutan perusahaan (Alryalwaln et all., 2017). Penerapan Tanggung Jawab Sosial Korporat sangat penting untuk mengintegrasikan kepedulian sosial dalam proses bisnis dan interaksi dengan pemangku kepentingan.

Di Indonesia sendiri Tanggung Jawab Sosial Korporat tidak bersifat sukarela tetapi sebagai kewajiban hukum yang harus dipatuhi oleh perusahaan. Apabila tidak dipatuhi, maka perusahaan akan dikenakan sanksi hukum berupa sanksi administratif, sanksi perdata, dan sanksi pidana. Untuk menerapkan undang-undang tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR), undang-undang penegakan hukum diperlukan. seimbang disesuaikan dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat. Kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan-perusahaan tersebut merupakan bentuk tanggung jawab negara dalam memberikan perlindungan hukum kepada masyarakat. Pada Pasal 4 PP no. 47 Tahun 2012 menyatakan bahwa tanggung jawab tersebut harus diwujudkan dengan rencana kerja

tahunan perusahaan. Pasal 15 UU nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dimana tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pasal 74 Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Lebih lanjut, juga diatur dalam Pasal 15 UU penegakan hukum diperlukan.

### **2.2.1 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Tanggung Jawab Sosial Korporat**

Menurut *princess of wales foundation* yang di kutip Sukmadi 2010:138 (dalam Novira Riskyana, 2016), ada lima hal yang dapat mempengaruhi implementasi Tanggung Jawab Sosial Korporat, yaitu:

1. Menyangkut human capital atau pemberdayaan manusia.
2. Environment yang berbicara tentang lingkungan.
3. Good corporate governance.
4. Social cohesion, yaitu dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial.
5. Economic strength, atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

### **2.2.2 Prinsip - Prinsip Tanggung Jawab Sosial Korporat**

Prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menurut Chowther David, yang dikutip oleh Hadi 2014 (dalam Novira Riskyana, 2016), adalah sebagai berikut:

1. *Sustainability* berkaitan dengan upaya perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan.
2. *Accountability* adalah upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholders eksternal, serta meningkatkan transaksi dalam perusahaan.
3. *Transparancy* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transaksi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan termasuk dampak terhadap pihak eksternal.

### **2.3 Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu gambaran mengenai kondisi keuangan perusahaan dalam satu periode akuntansi. Pentingnya kinerja keuangan bagi perusahaan adalah untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas dari aktivitas perusahaan selain itu kinerja keuangan juga dapat memberikan informasi yang berguna bagi para investor, kreditor, dan pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan

dalam mengambil keputusan investasi atau kredit dan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan perusahaan, seperti likuiditas, rentabilitas, dan solvabilitas. Dengan mengetahui kinerja keuangan perusahaan, manajemen dapat mengevaluasi kinerja perusahaan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Menurut (Supit et al., 2016) Kinerja keuangan adalah alat yang digunakan untuk mengukur seberapa baik kinerja keuangan suatu perusahaan dalam hal pengelolaan modalnya. Tolak ukur kinerja keuangan berbeda-beda sesuai dengan posisi organisasi. Output dan input organisasi harus diperhitungkan untuk menilai kinerja keuangan organisasi. Input adalah hasil dari keterampilan yang digunakan untuk mendapatkan output, sedangkan output adalah hasil dari kinerja karyawan. (Alafi & Suranta, 2018) menyatakan untuk menilai kinerja keuangan, pengakuan pendapatan dan pengaitan biaya menghasilkan angka laba yang lebih baik daripada arus kas. Pengakuan pendapatan memastikan bahwa semua pendapatan yang dihasilkan selama suatu periode telah dicatat. Pengaitan memastikan bahwa beban yang dicatat pada suatu periode hanyalah beban yang terkait dengan periode tersebut.

(Sartono, 2018) mengatakan bahwa Kinerja keuangan merupakan prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan tertuang pada laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan, ada beberapa alat ukur yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan sebagai berikut:

1. Rasio likuiditas (Liquadity ratio). Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya yang

telah jatuh tempo terdiri dari: Current ratio, quick ratio dan net working capital ratio.

2. Rasio aktivitas (Activity ratio). Rasio ini mengukur seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktivasinya terdiri dari: Total aset turnover, fixed aset turnover, account receivable turnover, inventory turnover, average collection periode dan day's sales in inventory.
3. Rasio profitabilitas (Profitability ratio) atau rentabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba terdiri dari: Gross profit margin, net profit margin, return on aset, return on equity dan operating ratio.
4. Rasio solvabilitas (Solvency ratio) atau rasio leverage. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Disebut rasio leverage, karena merupakan rasio pengungkit yaitu menggunakan uang pinjaman (debt) untuk memperoleh keuntungan terdiri dari: debt ratio, debt to equity ratio, long term debt to equity ratio, long term debt to capitalization ratio, times interest earned, cash flow interest coverage, cash flow net income, dan cash return on sales.
5. Rasio nilai pasar (market valueratio). Rasio ini menunjukkan informasi penting perusahaan yang diungkapkan dalam basis per saham terdiri dari: dividend yield, dividend per share, dividend payout ratio, price earning ratio, earning per share, book value per share dan price to book value.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rasio profitabilitas atau Return On Aset (ROA) dalam mengukur kinerja keuangan. Rasio profitabilitas adalah suatu alat ukur keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang dapat digunakan oleh analis dan investor dalam mengukur dan mengevaluasi kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan ataupun memperoleh suatu laba dari pendapatan yang berkaitan dengan penjualan, aset dan ekuitas (Cindiayari & Aisyah, 2017). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan (Sartono, 2008). (Goel & Tripathi, n.d.) dalam bukunya yang berjudul *Stocks Road to Profit* menyebutkan bahwa semakin tinggi ROA sebuah perusahaan berarti semakin efisien manajemen dalam memanfaatkan asetnya. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

#### 2.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang diraih oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui berbagai proses. Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang tercermin pada harga sahamnya. Peningkatan nilai perusahaan dapat menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan

bisnisnya. Nilai perusahaan yang tinggi akan menciptakan return yang tinggi sehingga membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Nilai perusahaan didefinisikan oleh para ahli dengan cara yang berbeda. Untuk perusahaan yang belum go public, nilai perusahaan dihitung sebagai jumlah uang yang akan dibayar oleh pembeli jika perusahaan dijual; untuk perusahaan yang sudah go public, nilai perusahaan dapat diukur dari nilai sahamnya di pasar modal. Nilai saham perusahaan akan meningkat jika nilai hutang konstan ditambahkan ke nilai saham (Wiagustini, 2014).

Menurut Abu kosim et al. 2014 nilai perusahaan merupakan pandangan investor pada perusahaan yang sering kali di kaitkan dengan harga saham. Fahmi (2015) mengatakan bahwa nilai perusahaan yaitu rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar, pasar ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Tobin's Q merupakan rasio dari nilai pasar asset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang terhadap biaya penggantian (replacement cost) dari aktiva perusahaan(Syafitri et al., 2018)

### **Pengukuran Nilai Perusahaan**

Menurut (Brigham & Daves, 2014) dalam rasio penilaian perusahaan ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. Price Earning Ratio (PER)

PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. Price earning ratio menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan earning per share. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Price to Book Value (PBV)

PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut.

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Book Value}}$$

3. Tobin's Q

Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah Tobin's Q. Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas

aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Margaretha, 2014).

## **2.5 Pertambangan**

Pertambangan adalah suatu kegiatan pengambilan endapan bahan galian berharga dan bernilai ekonomis dari dalam kulit bumi, baik secara mekanis maupun manual, pada permukaan bumi, di bawah permukaan bumi dan di bawah permukaan air. Hasil kegiatan ini antara lain, minyak dan gas bumi, batubara, pasir besi, bijih timah, bijih nikel, bijih bauksit, bijih tembaga, bijih emas, perak dan bijih mangan. Upaya pengambilan sumber daya alam ini dilakukan dengan penggalian ataupun pengeboran. Kemudian, akan dilakukan pengelolaan sesuai dengan karakteristik dari setiap jenis tambang (Zona Geografi, 2020).

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-undang No. 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara, Pertambangan adalah sebagian atau seluruh tahapan kegiatan dalam rangka penelitian, pengelolaan dan pengusahaan mineral atau batubara yang meliputi penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengolahan dan pemurnian, pengangkutan dan penjualan, serta kegiatan pascatambang.

### **2.5.1 Dampak Pertambangan**

Kegiatan pertambangan juga dapat membawa pengaruh negatif pada masyarakat (Ilmu Kimia, 2020) diantaranya yaitu:

1. Warga yang terpapar limbah beracun bisa sakit. Mereka bisa terserang ruam kulit, sakit kepala, muntah, diare, dan lain-lain. Faktanya, gejala keracunan merkuri sangat mirip dengan gejala malaria. Banyak orang yang tidak mampu pergi ke dokter, atau yang tinggal di desa yang tidak terjangkau dokter, seringkali tidak dirawat karena penyakitnya.
2. Jika airnya tercemar, warga tidak bisa menggunakannya untuk mandi, memasak, atau mencuci pakaian.
3. Jika laki-laki dalam rumah tangga adalah penambang skala kecil, ia sering meninggalkan istri dan anak-anaknya untuk mencari pekerjaan. Artinya istri dan anak harus bekerja dan menafkahi dirinya sendiri. Mereka juga harus melindungi diri dari pencuri. Sayangnya, pencurian, narkoba / alkohol, prostitusi, pemerkosaan, dan pelecehan seksual adalah sebagian dari efek pertambangan.
4. Degradasi budaya juga terjadi di desa pertambangan. Misalnya, penambangan sering kali menghancurkan situs dan kuburan keramat. Di Guyana, acara memancing khusus yang disebut Haiari Fishing sayangnya tidak dapat dilakukan jika sungai telah dikeruk untuk mendapatkan emas. Ingat, perpindahan kerikil dan lumpur menghalangi aliran alami sungai. Akibatnya, ikan dan organisme lain mati.

### 2.5.2 Jenis pertambangan

#### 1. Skala besar

Biasanya melibatkan perusahaan dengan banyak karyawan. Perusahaan menambang di satu atau dua lokasi besar dan biasanya tetap sampai mineral atau logam digali sepenuhnya. Contoh tambang skala besar adalah tambang Serra Pelada di Brazil yang menghasilkan 29.000 ton emas dari tahun 1980 hingga 1986 dan mempekerjakan 50.000 pekerja (Kricher, 1997).

#### 2. Skala kecil

Biasanya melibatkan sekelompok kecil pria nomaden. Mereka melakukan perjalanan bersama dan mencari situs yang menurut mereka akan menghasilkan emas atau logam atau mineral berharga lainnya. Penambangan skala kecil terjadi di tempat-tempat seperti Suriname, Guyana, Afrika Tengah, dan banyak tempat lain di dunia. Beberapa peneliti percaya bahwa penambangan skala kecil lebih berbahaya bagi lingkungan dan menyebabkan lebih banyak masalah sosial daripada penambangan skala besar (Ilmu Kimia, 2020).

### 2.6 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

Tahun	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
2022	Hadi Pramono1, Iwan Fakhruddin2,	Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan	Variabel Independen: CSR Variabel dependen: nilai perusahaan	Analisis regresi linier sederhana	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

	Ira Hapsari	Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel mediasi: kinerja keuangan		berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, ketika kinerja sosial dan lingkungan itu naik, maka harga saham perusahaan juga meningkat, yang berarti nilai perusahaan juga meningkat. Kedua, kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan tujuan perusahaan bahwa orientasi laba tidak dapat dipisahkan dari nilai perusahaan dan kinerja keuangan selalu menjadi daya tarik tersendiri bagi investor.
2013	Sindhudipta	Pengaruh Corporate	Variabel Independen:	analisis	Kinerja

	dan Yasa	Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan	CSR Variabel dependen: nilai perusahaan Variabel mediasi: kinerja keuangan	jalur yaitu path analysis	keuangan perusahaan yang diprosikan dengan ROA tidak mampu memediasi hubungan antara corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.
2014	Dinar Prasetya Nugraha, Wahyu Meiranto	PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	Variabel Independen: CSR Variabel dependen: nilai perusahaan Variabel mediasi: kinerja keuangan	analisis regresi yaitu path analysis	Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap ROE dan ROA. Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja Keuangan (ROA) tidak dapat memediasi hubungan antara Corporate social responsibility dengan nilai perusahaan. Kinerja Keuangan

					(ROE) dapat memediasi hubungan antara Corporate social responsibility dengan nilai perusahaan
2017	Taufan Ardiyanto, Haryanto	PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	Variabel Independen: CSR Variabel dependen: nilai perusahaan Variabel mediasi: kinerja keuangan	analisis regresi yaitu path analysis	CSR berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan ROA dan ROE. pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan. ROE dapat memediasi pengaruh penungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
2014	RAHAYU DWI OKTAVIAMI	PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA	Variabel Independen: CSR Variabel dependen: nilai perusahaan Variabel mediasi: kinerja keuangan		CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan

		KEUANGAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING			perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara langsung CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. menunjukkan bahwa kinerja keuangan tidak mampu beroperasi sebagai variabel intervening dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.
2014	Raharjo & Djanuarti	Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI 2008-2012)	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Analisis regresi linier sederhana	bahwa pengungkapan Tanggung Jawab Korporat meningkatkan nilai perusahaan.
2013	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa Maria M. Ratna Sari	PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN	Variabel Independen: CSR Variabel dependen: nilai perusahaan Variabel mediasi: Profitabilitas	Analisis regresi linier sederhana	CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

		PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI			dan profitabilitas yang diperoleh perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
2015	Aulia Rizaldi	PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI	Variabel Independen: CSR Variabel dependen: nilai perusahaan Variabel mediasi: Profitabilitas	Analisis regresi linier sederhana	pengungkapan Tanggung Jawab Korporat yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan karena investor cenderung memilih berinvestasi pada perusahaan yang bertanggung jawab kepada stakeholder
2018	Wahyuni	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating		Analisis regresi linier sederhana	menyatakan bahwa Return on Asset tidak dapat memediasi hubungan antara corporate

					social responsibility dan nilai perusahaan
--	--	--	--	--	---

## 2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir adalah model konseptual yang menggambarkan hubungan antara berbagai faktor yang sudah diidentifikasi bahwasanya penting di suatu masalah yang bertujuan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian yang rumusan teorinya masih perlu di uji kebenarannya

Menurut (Sugiyono, 2018) Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting, dapat disimpulkan bahwa kerangka berpikir adalah sintesa atau model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori itu berhubungan satu dengan lainnya berdasarkan teori-teori yang dikumpulkan.

Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun dalam menjalankan perusahaannya diperlukan sebuah tanggung jawab sosial dan peningkatan kesejahteraan sosial. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap Nilai perusahaan pada pertambahan juga sangatlah penting, karena adanya Corporate Social Responsibility (CSR) dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan

modalnya kepada perusahaan yang memiliki kepedulian sosial, dengan menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan perusahaannya, terutama perusahaan pertambangan yang kegiatan bisnisnya berdampak langsung pada lingkungan (Rosiva et al., 2022).

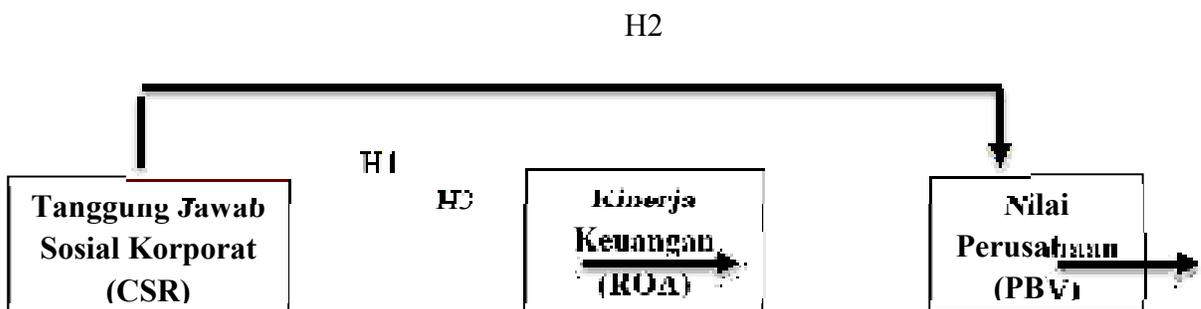
Perusahaan yang melaksanakan aktivitas Tanggung Jawab Sosial Korporat mempunyai keunggulan yang baik di mata para stakeholder dibanding dengan perusahaan yang tidak melaksanakan aktivitas Tanggung Jawab Sosial Korporat. Keinginan untuk mengejar keuntungan sebesar-besarnya membuat perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas yang tidak memperhatikan dan tidak mempedulikan keadaan lingkungan sekitarnya. Maka dari itu, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran untuk mengurangi dampak negatif yang mereka timbulkan yaitu dengan menerapkan Tanggung Jawab Sosial Korporat. Tanggung Jawab Sosial Korporat adalah hasil pemikiran yang menyatakan bahwa agar perusahaan dapat berkembang secara konsisten, perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial sekitar perusahaan bukan hanya sebatas terhadap hal keuangannya saja (Susanto & Ardini, 2016).

Tanggung Jawab Sosial Korporat salah satu bagian yang mempengaruhi nilai perusahaan selain harga pasar saham perusahaan. Perusahaan sekarang bertanggung jawab tidak hanya one bottom line, atau nilai perusahaan tetapi Triple bottom line yang diantaranya memiliki tanggung jawab pada keuangan, masalah sosial dan lingkungan. Hal ini dimaksudkan supaya perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan meskipun kondisi keuangannya baik. Perusahaan harus memperhatikan

kewajiban sosialnya dalam masyarakat selain mengejar profit atau keuntungan semata.

Berdasarkan latar belakang penelitian maka kerangka konseptual yang dapat di kemukakan seperti di bawah ini dimana Tanggung Jawab Sosial Korporat sebagai variabel Independen, Kinerja keuangan sebagai variabel mediasi dan Nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



Sumber: Data Diolah Penulis

## 2.8 Pengembangan Hipotesis

### 2.8.1 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap Kinerja Keuangan

Penggunaan Tanggung Jawab Sosial Korporat (TJSK) bisa mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat. Hal ini dikarenakan dengan menerapkan Tanggung Jawab Sosial Korporat berarti perusahaan telah menunjukkan sikap tanggung jawab atas lingkungan sekitarnya yang berdampak kepada tingkat kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi (Angelia & Suryaningsih, 2015). Hal ini bisa meningkatkan citra

dan reputasi perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan sebagai dasar untuk menyusun sistem pendapatan dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dalam perusahaan serta memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan mengenai aset yang digunakan untuk membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan.

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. (Syahnaz & Herawati, 2013) Rasio profitabilitas dapat diukur dengan ROA. Return On Assets (ROA) digunakan untuk mengevaluasi potensi yang dimiliki perusahaan terhadap seluruh dana investasi yang ada untuk operasional perusahaan agar dapat menciptakan laba melalui pemanfaatan aktiva yang dimiliki perusahaan (Sari & Azizah, 2019). Apabila perusahaan mengungkapkan program CSR pada laporan tahunan untuk kepentingan stakeholders maka perusahaan akan menerima dukungan yang berdampak pada meningkatnya kinerja keuangan. Sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Ludfi & Firdaus, 2017)(Putra, 2015)dan (Suciwati et al., 2017)yang menyatakan bahwa Corporate Socaial Responsibility berpengaruh positif terhadap ROA, maka hipotesis penelitian adalah:

**H1:** Tanggung Jawab Sosial Korporat berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan (ROA)

### **2.8.2 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap Nilai Perusahaan**

Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada aspek ekonominya saja, namun juga harus memperhatikan pada aspek sosial dan lingkungannya. Eipstein dan Freedman (1994) dalam (Savitri & Mimba, 2016) menyebutkan bahwa investor tertarik dengan informasi sosial yang dilaporkan perusahaan. Semakin tinggi kepedulian perusahaan akan kondisi sekitar, semakin baik pula reputasi perusahaan. Dengan kata lain, ketika perusahaan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kondisi sekitar, maka investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan perspektif pasar terhadap perusahaan yang tercermin melalui harga saham dan kemudian seiring dengan berjalannya waktu nilai atau harga perusahaan akan bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual (Ratu & Praptoyo, 2021) Raharjo dan (Raharjo & Djanuarti, 2014b) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap tobin's q. Rasio tobin's q merupakan nilai pasar dari aset perusahaan dibagi dengan biaya penggantian. Rasio ini menggambarkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap nominal uang investasi inkremental. (Hariati & Rihatiningtyas, 2015) menyatakan bahwa peningkatan penyampaian CSR perusahaan akan membentuk citra positif bagi perusahaan sehingga investor dapat melihatnya sebagai investasi pada perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

**H2:** Tanggung Jawab Sosial Korporat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **2.8.3 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap Nilai Perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai pemediator**

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik pelanggan, yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Fama dalam Sherly dan Yulius (2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, manajemen aset dan pendanaan. Para Investor akan tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki harga saham cenderung stabil atau terus mengalami peningkatan, hal ini akan berimbas pada nilai perusahaan yang ikut meningkat. Menurut Bowman dan Haire (1976) dalam (Mahendra & Wirawati, 2018) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Corporate Social Responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Sejalan dengan teori stakeholder bahwa untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan dimasa mendatang maka perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosial di lingkungan sekitar, sehingga akan berdampak positif pada perusahaan. Menurut (Maryanti & Tjahjadi, 2013), perusahaan dapat melakukan pengungkapan CSR dengan maksud untuk memperoleh validasi dan evaluasi baik dari masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan, dan kinerja keuangan secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan (Maryanti & Tjahjadi, 2013). Hasil penelitian (Astutik, 2017) menyatakan

kinerja keuangan tidak mampu memediasi pengaruh Corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.

**H3:** Kinerja keuangan mampu memediasi pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap nilai perusahaan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain Penelitian adalah kerangka kerja spesifik atau bisa di bilang struktur keseluruhan dari sebuah proyek penelitian. Desain penelitian mengacu pada jenis penelitian yang dipilih untuk mencapai tujuan penelitian, dan berperan sebagai alat dan pedoman untuk mencapai tujuan tersebut. Desain penelitian membantu peneliti untuk mendapatkan jawaban dari penelitian dengan objektif, akurat serta hemat (setiadi,2013)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penggunaan metode deskriptif adalah untuk menjelaskan mengenai situasi dan kondisi atau berbagai variabel. Metode deskriptif dapat digunakan dalam penelitian survei dan studi kasus, Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif studi kasus. Pendekatan kuantitatif untuk mengukur, menganalisis, dan menyajikan data dalam bentuk angka atau statistik untuk mengidentifikasi pola dan hubungan.

#### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1 Populasi**

Menurut(Yani et al., 1995:130) populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya dan meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang terdaftar pada tahun 2019 sampai 2022 yang telah melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Populasi penelitian ini terdiri 28 Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **3.2.2 Sampel**

Pengertian sampel menurut (Yani et al., 2017):81), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili). Ukuran sampel adalah banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Teknik Pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode purposive sampling, Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel penelitian yang dilakukan secara sengaja (non random) berdasarkan karakteristik atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Berikut kriteria sampel yang di gunakan:

1. Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI selama tahun 2019-2022.
2. Perusahaan pertambangan yang mengungkapkan CSR di dalam annual reportnya berturut-turut selama tahun 2019-2022.
3. Perusahaan pertambangan yang mempublikasi laporan keuangan tahunan (annual report) di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022 secara berturut-turut.

**Tabel 3. 1 Jumlah Sampel Sesuai Kriteria**

<b>NO</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
1	Jumlah perusahaan Sub sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022	28
2	Perusahaan yang datanya belum sesuai kriteria	5
3	Jumlah Perusahaan yang di jadikan sampel	23

Sumber: Data Diolah Penulis,2023

Dari kriteria yang sudah di tentukan melalui metode *purposive sampling*, maka terdapat 23 perusahaan pertambangan dalam penelitian ini dilihat pada tabel 3.2.

**Tabel 3. 2 Sampel Penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADRO	Adaro Energy Indonesia Tbk.
2	APEX	Apexindo Pratama Duta Tbk.
3	ARII	Atlas Resources Tbk.
4	ARTI	PT Ratu Prabu Energy Tbk
5	BIPI	PT Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk
6	ELSA	PT Elnusa Tbk
7	ENRG	PT Energi Mega Persada Tbk
8	ESSA	PT Surya Esa Perkasa Tbk
9	MEDC	PT Medco Energy Internasional Tbk
10	MITI	PT Mitra Investindo Tbk
11	PKPK	PT Perdana Karya Perkasa Tbk
12	RUIS	PT Radiant Utama Interinsco Tbk
13	SURE	PT Super Energy Tbk
14	WOWS	PT Ginting Jaya Energi Tbk
15	ANTM	PT Aneka Tambang Tbk
16	CITA	PT Citra Mineral Investindo Tbk
17	DKFT	PT Central Omega Resources Tbk
18	GGRP	PT Gunung Raja Paksi Tbk
19	IFSH	PT Ifishdeco Tbk
20	INCO	PT Vale Indonesia Tbk
21	MDKA	PT Merdeka Cooper Gold Tbk

22	TINS	PT Timah Tbk
23	ZINC	PT Kapuas Prima Coal Tbk

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### 3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dimana data yang dapat di ukur secara langsung dalam bentuk angka atau bilangan. Ada berbagai macam teknik pengumpulan data, dan pilihan teknik bergantung pada jenis penelitian dan sumber data. Pada Penelitian ini peneliti menggunakan sumber data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Tujuan pengumpulan data dan teknik pengumpulan data adalah untuk memperoleh data yang valid, sehingga hasil dan kesimpulan penelitian tidak diragukan lagi. Sumber data sekunder yang di gunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan tahun 2019-2022 yang telah diaudit dan dipublikasikan dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu dengan mempelajari laporan keuangan tahunan perusahaan, atau penelitian terdahulu, serta web browsing pada situs-situs yang relevan dengan penelitian yang dilakukan (Darmawan, 2013).

Penelitian ini menggunakan studi dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data, berupa data sekunder yaitu laporan keuangan tahunan yang di publikasikan oleh

perusahaan pertambangan untuk periode 2019-2022 yang di peroleh dengan mengakses website resmi Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Menurut (Sugiyono, 2019) Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 variabel sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan”. Adapun variabel tersebut yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel**

NO	Variabel	Definisi Operasional	Rumus	Skala
1	CSR (X)	Pengukuran dilakukan berdasarkan GRI G4 (91 Item)	$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$	Rasio
2	Nilai Perusahaan (Y)	rasio penilaian investasi yang sering digunakan oleh investor untuk membandingkan nilai pasar dari pangsa bisnis dengan jumlah nilai yang tercatat dalam book value.	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Book Value}} \times 100\%$	Rasio
3	Kinerja	Perbandingan antara laba	Laba Bersih	Rasio

Keuangan (Z)	bersih dan aset	ROA= $\frac{\text{bersih dan aset}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$	
-----------------	-----------------	--	--

Sumber: Data Diolah Penulis,2023

### **Variabel Bebas (Independent Variabel)**

Variabel independen menurut(Sugiyono, 2019) adalah variabel bebas yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain, bahkan variabel ini merupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat. Luas pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat yang dilihat dari annual report perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis isi (content analysis) dimana peneliti akan mengamati ada tidaknya item informasi yaitu tanggung jawab sosial korporat yang diungkapkan dalam annual report. Adapun langkah-langkah content analys yaitu: (1) Membaca teks dalam laporan keberlanjutan perusahaan secara keseluruhan (2) Menunjukkan setiap pengungkapan yang sesuai dengan indikator prinsip-prinsip (3) Menafsirkan dan memilih item pengungkapan yang sesuai indikator prinsip-prinsip dan, (4) Memberikan skor untuk masing-masing prinsip isi dan kualitas berdasarkan indikator untuk pendekatan ukuran kuantitatif dan kualitatif (C. Susanto et al., 2022).Dalam penelitian ini jumlah item indikator menggunakan skala 0 sampai 1 sesuai dengan yang diungkapkan perusahaan, jika item diungkapkan dalam annual report maka diberi skor “1”, namun jika item tidak diungkapkan maka diberi skor “0”.

Luas pengungkapan corporate social responsibility dalam penelitian ini menggunakan standar pengungkapan spesifik menurut Global Reporting Initiative (GRI) G4 yang berjumlah 91 item, dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRI: Index Pengungkapan CSR

X: Jumlah Item yang diungkapkan perusahaan

X bernilai 1 = jika item diungkapkan

X bernilai 0 = jika item tidak diungkapkan

N: Jumlah item pengungkapan CSR oleh GRI G4, n = 91

### **Variabel Terikat (Dependent Variabel)**

Variabel dependen menurut (Sugiyono, 2019) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan PBV.

Berikut rumus PBV:

$$\text{Prive Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Book Value}} \times 100\%$$

### **Variabel Intervening (Mediasi Variabel)**

Variabel Mediasi dalam penelitian ini adalah Kinerja Perusahaan yang diwakili oleh kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan ROA dengan rumus laba sebelum bunga dan pajak di bagi dengan total aktiva. Menurut (Hery, 2015) dikatakan bahwa return on asset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi asset dalam menciptakan laba bersih. Berikut rumus Return On Assets:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

## **3.5 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis**

### **3.5.1 Statistik Deskriptif**

Statistika deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian data sehingga memberikan informasi yang berguna dengan mendeskripsikan, meringkas dan membuat summary data agar lebih mudah dibaca dan digunakan. (Sugiyono, 2019) menyatakan statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Menurut(Ghozali, 2018) Uji asumsi klasik adalah teknik statistik yang di gunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Pengujian ini di dasarkan pada beberapa asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas.

### **1. Uji Normalitas**

Pengujian untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Metode untuk melihat normalitas residual adalah Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

### **2. Uji multikolinieritas**

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent/ atau variable bebas (Ghozali, 2016).Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF  $< 10$  atau nilai *Tolerance*  $> 0,01$ , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF  $> 10$  atau nilai *Tolerance*  $< 0,01$ , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.
3. Jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas  $> 0,8$  maka terjadi multikolinearitas. Tetapi jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas  $< 0,8$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2016) Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi liner ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya), biasanya Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. pengujian autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson dengan membandingkan nilai durbin watson hitung ( $d$ ) dengan nilai durbin watson tabel yakni batas atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_L$ ). Adapun kriterianya menurut (Ghozali, 2016) sebagai berikut:

1.  $0 < d < d_L$ , terjadi autokorelasi positif
2.  $d_L \leq d \leq d_u$ , tidak ada kespastian terjadi atau tidak autokorelasi
3.  $4 - d_L < d < 4$ , terjadi autokorelasi negatif
4.  $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_L$ , tidak ada kespastian terjadi atau tidak autokorelasi
5.  $d_u < d < 4 - d_u$ , Tdk ada autokorelasi, Positif atau negatif

#### **4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residulnya SRESID. Menurut (Ghozali, 2016) Dasar analisis nya:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang bergelombang melebar kemudian menyempit maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

#### **3.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana**

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk meneliti seberapa besar pengaruh antar variabel. Menurut Siregar (2014) Dalam suatu penelitian, saat tahap menganalisis data, bila topik permasalahan (kasus) terdiri dari satu variabel tak bebas (dependent) dan dua variabel bebas (independen) maka digunakan uji statistik dengan regresi linier berganda.

Rumus regresi linier dengan dua variabel bebas adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y}_1 = a + \beta X$$

$$\hat{Y}_2 = a + \beta X$$

Keterangan:

Y1: Kinerja Keuangan

Y2= Nilai perusahaan

a = Konstanta

X = corporate social responsibility

$\beta$  = Koefisien regresi linier

#### **3.5.4 Uji Signifikansi Secara Parsial**

Menurut (Siregar, 2017) Tujuan dilakukan uji signifikansi secara parsial variabel bebas terhadap variabel tak bebas adalah untuk mengukur secara terpisah dampak yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tak bebas.

1. Membuat Hipotesis dalam uraian kalimat dan dalam bentuk model Statistik
2. Menentukan taraf signifikansi  $\alpha$
3. Kaidah pengujian
4. Menghitung thitung
5. Menentukan tabel
6. Membandingkan ttabel dan thitung
7. Mengambil keputusan

### 3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien Determinasi digunakan untuk menyatakan besar atau kecilnya kontribusi (sumbangan langsung) antara corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan dan kontribusi (sumbangan langsung) antara corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan (Taufik Ady Nugroho, 2020).

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Ket:

KD: Besarnya koefisien determinasi

r: Koefisien Korelasi

### 3.5.6 Sobel Test

Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam (Taufik Adi Nugroho, 2020) suatu variabel disebut variabel mediasi jika variabel tersebut ikut memengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur  $X \rightarrow M$  (a) dengan jalur  $M \rightarrow Y$  (b) atau  $ab$ . Jadi koefisien  $ab = (c - c')$ , dimana  $c$  adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan  $c'$  adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M. Standard error koefisien a dan b ditulis dengan  $S_a$  dan  $S_b$ , besarnya standard error pengaruh tidak langsung (indirect effect). Uji Sobel test ini dilakukan

dengan alat uji yaitu menggunakan Calculation for the Sobel Test yang tersedia di web [Interactive Mediation Tests \(quantpsy.org\)](http://www.quantpsy.org/mediate/mediate.htm) dan dibutuhkan informasi dengan memasukkan original sample dan standard error dari setiap variable independennya yang telah di uji sebelumnya dari SPSS terhadap variable dependen jika ada mediator dan tanpa mediator. Apabila sobel test statistic  $\geq 1,96$  dengan signifikan 5%, maka variable tersebut dapat dikatakan mampu memediasi antara variable independen dan variable dependen (Ghozali, 2018) atau bisa juga di uji menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 SEa^2) + (a^2 SEb^2)}}$$

Keterangan:

a: Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel intervening

b: Koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

Sa: Standar error dari pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi

Sb: Standar error dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

