

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk membantu isu-isu dalam percakapan, analisis mengarahkan eksplorasi pada literatur dimana berbeda dan pemeriksaan masa lalu yang diidentifikasi dengan isu-isu yang menjadi objek penelitian aliran. Mengingat efek samping dari penyelidikan pemeriksaan masa lalu, spesialis melacak beberapa penyelidikan terdahulu dimana penting dengan penyelidikan ini. Terlepas dari adanya hubungan antara percakapan tersebut, eksplorasi ini masih sama sekali berbeda dengan penelitian sebelumnya. Sebagian dari investigasi terdahulu meliputi:

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Sampel dan Metodologi Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Maria Natalia, Yunita Christy, Yuliana Gunawan, 2019)	Corporate Social Responsibility Disclosure, Media Attention, Woman on Board, and Firm Value	138 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menggunakan metode purpose sampling, dan analisis datanya ialah analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda.	<ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan - CSR - Perhatian Media - Woman on Board 	Tidak ada dampak besar CSR pada nilai perusahaan, pertimbangan media tidak bisa mengarahkan CSR pada nilai perusahaan, Lady on board tidak bisa mengarahkan dampak CSR pada nilai perusahaan

2	(Murnita & Dwiana, 2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan <i>Leverage</i> sebagai Variabel Pemoderasi	66 Assembling organization yang tercatat di Bursa Efek Indonesia menggunakan strategi purposive testing. Metode pemeriksaan informasi yang digunakan ialah investigasi kekambuhan langsung dasar dan Investigasi Kekambuhan Terarah (MRA) untuk menguji spekulasi	<ul style="list-style-type: none"> - CSR - Nilai Perusahaan - Profitabilitas - Leverage 	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, manfaat sebagai variabel pengaruh yang memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, dan pengaruh ialah variabel pengaruh yang melemahkan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.
3	(I Komang Purwita, Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Putu Yeni Astiti, 2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada perusahaan manufaktur	50 Organisasi Perakitan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia menggunakan strategi pengujian purposive, metode pemeriksaan informasi yang digunakan ialah	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - CSR - Nilai Perusahaan 	Kewajiban Sosial Perusahaan memiliki hasil bermanfaat yang sangat besar pada nilai perusahaan. Produktivitas tidak bisa mengarahkan hubungan antara Kewajiban Sosial Perusahaan dan nilai

		yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2015 - 2017)	Directed Relapse Investigation		perusahaan
4	(Frandy Karundeng, Grace. B Nangoi, Herman Karamoy, 2017)	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2016).	9 Perusahaan sektor pertambangan dimana terdaftar di BEI, Jenis penelitian yang dilakukan ialah jenis penelitian ku Teknik analisis data menggunakan uji asumsi normalitas dan uji asumsi klasik multikolinearitas dan uji heterokedastitas antitatif, dan analisis regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> - CSR - Profitabilitas - Kepemilikan Manajemen - Ukuran Perusahaan - Nilai Perusahaan 	CSR tidak berdampak pada nilai perusahaan, manfaat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kepemilikan dewan tidak berdampak pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan, produktivitas perusahaan memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, kepemilikan administrasi perusahaan tidak memperkuat hubungan antara Kewajiban Sosial Perusahaan dan nilai

					perusahaan, ukuran perusahaan tidak memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan
5	(Putri & Raharja, 2013)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating	116 organisasi terkenal yang tercatat di BEI menggunakan teknik pemeriksaan purposive. Pemeriksaan informasi yang digunakan dalam investigasi ini ialah tes kecurigaan gaya lama dan tes spekulasi menggunakan strategi investigasi kekambuhan yang berbeda.	<ul style="list-style-type: none"> - CSR - Nilai Perusahaan - Kepemilikan Manajerial 	CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Variabel kepemilikan manajerial memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperlemah hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan
6	(Chumaidah & Priyadi, 2018)	Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai	38 Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - Ukuran Perusahaan - Nilai Perusahaan - CSR 	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak berpengaruh

		Variabel Pemoderasi.	an <i>purposive sampling</i> , Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda		terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, csr dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, Corporate Social Responsibility tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
7	(Sriwulan, 2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel moderating	37 Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan menggunakan <i>purposive sampling</i> , Data diuji menggunakan metode regresi linier berganda dengan <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	- CSR - GCG - Nilai perusahaan - Profitabilitas	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Profitabilitas bisa menyesuaikan tanggung jawab

					sosial perusahaan Kepemilikan institusional tetapi profitabilitas tidak bisa disesuaikan Nilai kepemilikan saham manajemen
--	--	--	--	--	---

Sumber : Data sekunder diolah pada tahun 2021

Penelitian pertama yaitu penelitian yang berjudul *Corporate Social Responsibility Disclosure, Media Attention, Woman on Board, and Firm Value*. Oleh Maria Natalia dkk. (2019:189-198). bertujuan untuk menguji dampak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada nilai perusahaan dengan media perhatian dan woman on board sebagai variabel mediasi. Pengungkapan CSR pada penelitian ini akan diukur memakai indikator kinerja dari Global Reporting Initiative (GRI) 4.1. Hasil dari penelitian ini Tidak terdapat dampak signifikan CSR pada nilai perusahaan begitu juga perhatian media tidak bisa memoderasi CSR pada nilai perusahaan dan Woman on board tidak bisa memoderasi dampak CSR pada nilai perusahaan

Penelitian kedua yaitu penelitian yang berjudul Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan *Leverage* sebagai Variabel Pemoderasi. Oleh Murnita dan Dwiana (2018:1470-1494). Motivasi di balik penelitian ini ialah untuk menganalisis dampak CSR pada nilai perusahaan dan untuk menguji kapasitas produktivitas dan

pengaruh dalam mengarahkan dampak CSR pada nilai perusahaan, konsekuensi dari pengujian ini menunjukkan jika variabel CSR berpengaruh positif terhadap nilai dan manfaat perusahaan. memperkuat dampak CSR pada nilai perusahaan.

Penelitian ketiga yaitu penelitian yang berjudul Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur dimana Terdaftar di BEI Periode 2015 – 2017. Oleh I Komang Purwita dkk (2019). Motivasi di balik penyelidikan ini ialah untuk memutuskan dampak CSR pada nilai perusahaan dan untuk memutuskan apakah manfaat bisa mengarahkan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Pemeriksaan ini diarahkan pada organisasi-organisasi perakitan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2017, contoh investigasi ini ialah 66 organisasi. Konsekuensi dari pemeriksaan ini menunjukkan jika semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR, semakin tinggi nilai organisasi. Produktivitas tidak bisa mengarahkan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan banyak organisasi assembling yang merupakan organisasi moneter yang didelegasikan, khususnya organisasi yang memiliki manfaat tinggi namun rencana pengeluaran yang rendah untuk pelaksanaan CSR. Jadi terlepas dari seberapa besar tingkat produktivitas organisasi tidak bisa berarti untuk hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian keempat yaitu penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas,

Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2016). Oleh Frandy Karundeng dkk. (2017:1-10). Alasan penelitian ini ialah untuk menentukan dampak CSR dalam memperluas manfaat organisasi pertambangan yang kegiatannya menggunakan aset biasa, serta dampak produktivitas, kepemilikan eksekutif, dan ukuran teman sebagai komponen pengarah hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. .

Penanda yang diberikan oleh Worldwide GRI, lebih tepatnya rekor G4, ialah alat untuk mengukur pengungkapan CSR. Kemudian, pada saat itu nilai variabel organisasi ditentukan dengan menggunakan proporsi Q Tobin, dan faktor keuntungan, kepemilikan eksekutif, dan ukuran teman masing-masing ditentukan oleh ROE, tingkat kepemilikan dewan, dan logaritma normal dari organisasi. sumber daya yang lengkap. Konsekuensi dari pemeriksaan ini menganggap jika CSR tidak berdampak pada nilai perusahaan. Hasil serupa juga ditemukan dalam dampak kepemilikan eksekutif dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Sedangkan produktivitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian, pada saat itu, produktivitas sebagai variabel pengarah bisa memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Bagaimanapun, penyelidikan ini menyimpulkan jika kepemilikan administrasi dan ukuran perusahaan tidak memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian kelima yaitu penelitian yang berjudul Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating. Oleh Putri dan Raharja (2013:1). Investigasi ini memeriksa dampak CSR pada nilai perusahaan dan dampak kepemilikan administratif dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. CSR diperkirakan oleh CSRDI dan nilai perusahaan diperkirakan oleh Tobin's Q, sedangkan kepemilikan administratif diperkirakan dengan menggunakan variabel palsu. Konsekuensi dari investigasi menunjukkan jika CSR dan kepemilikan administratif pada saat yang sama memiliki dampak positif dan besar pada nilai perusahaan, seperti kepemilikan administratif sebagai variabel pengarah yang memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian keenam yaitu penelitian yang berjudul Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi. Oleh Chumaidah dan Priyadi (2018). Pengujian ini bertujuan untuk menguji manfaat, ukuran perusahaan, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan menguji CSR mempengaruhi dampak produktivitas terhadap nilai perusahaan dan menguji CSR mempengaruhi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Teknik pemeriksaan informasi menggunakan berbagai pemeriksaan kekambuhan langsung. Mengingat konsekuensi dari uji ketercapaian model, ini menunjukkan jika model kekambuhan berikutnya masuk akal dan bisa digunakan untuk penyelidikan tambahan. Mengingat efek samping dari pemeriksaan informasi dan pengujian teori, bisa diduga jika variabel manfaat yang diarahkan oleh

CSR secara positif mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan faktor yang berbeda, ukuran organisasi yang diarahkan oleh CSR tidak berdampak pada nilai organisasi.

Penelitian ketujuh yaitu penelitian yang berjudul Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel moderating. Oleh Sriwulan (2019). Alasan penyelidikan ini ialah untuk memutuskan dampak CSR dan GCG pada nilai perusahaan, dan terlepas dari apakah kehadiran produktivitas bisa mengarahkan dampak CSR dan GCG pada nilai perusahaan. Teknik yang digunakan ialah mengumpulkan informasi tentang organisasi perakitan dimana tercatat di BEI tahun 2015-2019 sesuai dengan penanda yang telah ditentukan sebelumnya. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan jika CSR, manfaat, kepemilikan institusional, kepemilikan administratif berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun setelah diarahkan, produktivitas bisa mengarahkan dampak CSR dan kepemilikan institusional terhadap nilai dan manfaat perusahaan tidak bisa mengarahkan dampak administrasi. kepemilikan atas nilai perusahaan.

Kesimpulan dari penelitian-penelitian di atas yakni pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun tidak hanya CSR saja yang mempengaruhi nilai perusahaan, tapi juga terdapat beberapa variabel lain seperti kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *Good Corporate Government*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan.

Variabel tanggung jawab sosial perusahaan dalam studi di atas berlaku untuk perusahaan manufaktur yang terdaftar dan perusahaan pertambangan. Pada perusahaan manufaktur, tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan, namun pada perusahaan pertambangan terdapat dua hasil yang berbeda, yaitu tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan tidak berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini membuat peneliti ingin mengkaji kembali dampak CSR terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah tahun yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dan CSR pada penelitian sebelumnya, hanya 79 item pengungkapan GRI yang digunakan, sedangkan penelitian sebelumnya hanya terdapat 79 item pengungkapan, dan 91 item pengungkapan digunakan dalam penelitian ini.

B. Landasan Teori

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) ialah kewajiban bisnis untuk menambah perputaran uang yang didukung, melalui upaya terkoordinasi dengan pekerja dan agen mereka, keluarga mereka, jaringan lingkungan dan populasi secara keseluruhan untuk bekerja pada kepuasan pribadi melalui pendekatan strategis besar yang berguna untuk bisnis yang sebenarnya dan untuk area lokal. untuk pergantian peristiwa keuangan yang bisa dipertahankan, berdasarkan *The World Business*

Chamber for Sustainable Development (WBCSD), dalam (Chumaidah dan Priyadi, 2018)

Bangsa Indonesia yang terdiri dari campuran budaya dan iklim yang berbeda mengakui jika iklim menjamin, terutama bagi organisasi yang kegiatannya sangat identik dengan iklim. Sebelum tahun 2007, CSR masih bersifat sementara. Hal inilah yang kemudian mendasari pemerintah Indonesia pada tahun 2007 mengeluarkan UU No. 40 Tahun 2007 dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Usaha.

CSR ialah jenis kewajiban perusahaan dalam mengurangi ketidakseimbangan sosial dan kerusakan alam yang ditimbulkan oleh latihan organisasi. Wahyu CSR sebenarnya ingin menawarkan petunjuk positif kepada pendukung keuangan. Semakin banyak pengungkapan CSR, semakin baik gambaran atau gambaran organisasi. Pendukung keuangan akan lebih tertarik pada organisasi yang memiliki citra atau gambaran yang baik secara lokal karena semakin baik citra organisasi maka semakin tinggi keteguhan pembelanja sehingga dalam jangka panjang organisasi akan meningkat dan keuntungan organisasi juga akan meningkat diikuti oleh penghargaan organisasi yang tinggi. Dinyatakan dalam (Widyasari dkk., 2015)

Kemajuan terbesar dalam peningkatan kewajiban sosial perusahaan (CSR) dikemukakan oleh John Elkington, (1997) yang dikenal sebagai "*The Triple Bottom Line*" yang didistribusikan dalam buku "*Caniballs with Forks, The Triple Bottom Line of 20th Century Business*" (Nor Hadi, 2011 dalam Retno dan Priantinah, 2012). Gagasan tersebut menegaskan jika dengan asumsi sebuah organisasi perlu bertahan, penting untuk fokus pada 3P, untuk secara spesifik mencari keuntungan,

namun di samping membuat komitmen positif kepada masyarakat (individu), dan secara efektif tertarik untuk menyelamatkan iklim (*planet*). Ide *Triple Bottom* merupakan kelanjutan dari ide perbaikan praktis yang memiliki tujuan dan kewajiban yang jelas, baik kepada investor maupun mitra. Banyak orang bereaksi dengan baik terhadap gagasan tiga perhatian utama karena mengandung metodologi yang sangat diperlukan yang menghubungkan antara tujuan sosial dan moneter.



Gambar 2. 1 Konsep Triple Bottom Line

Terdapat tiga alasan penting mengapa perusahaan harus melaksanakan *Corporate Social Responsibility*, khususnya terkait dengan perusahaan pertambangan yang merupakan perusahaan ekstraktif (Yusuf Wibisono, 2007).

Pertama, ialah normal bagi organisasi untuk sering berpikir tentang kepentingan area lokal karena organisasi sangat penting untuk area lokal dan oleh karena itu organisasi harus memahami jika mereka bekerja di dalam iklim area lokal. Latihan sosial bekerja sebagai pekerjaan yang sesuai untuk mengontrol aset normal atau aset moneter oleh organisasi yang ada di sana-sini luas dan eksploratif, serta membayar ramah karena mengganggu daerah setempat.

Kedua, hubungan kerjasama yang bersifat mutualisme harus dimiliki oleh wilayah bisnis lokal dan wilayah lokal. Wajar jika organisasi juga perlu membuat komitmen positif kepada masyarakat, sehingga

hubungan yang bersahabat bisa terjalin dan bahkan mengangkat citra dan kinerja organisasi.

Ketiga, latihan CSR merupakan salah satu pendekatan untuk mengurangi atau bahkan menjauhkan dari perjuangan sosial. Kehadiran perselisihan bisa muncul dari efek latihan organisasi atau karena sifat canggung yang mendasari dan moneter yang muncul antara area lokal dan segmen organisasi.

Pemeliharaan Keterbukaan ialah menulis tentang pengaturan keuangan, alam dan sosial, dampak dan pelaksanaan asosiasi dan item mereka berkaitan dengan pergantian peristiwa praktis. (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006). Supportability Report harus menjadi catatan vital tingkat signifikan dalam menemukan masalah, kesulitan dan peluang dari Maintainability Advancement yang membawanya ke pusat bisnis dan area modern. pengungkapan laporan pemeliharaan menyinggung norma-norma yang dibuat oleh GRI.

2. Teori *Stakeholders*

Kemajuan hipotesis mitra dimulai dengan perubahan jenis metodologi organisasi dalam memimpin latihan bisnis. sesuai (Budimanta et al., 2008) ada dua struktur dalam pendekatan mitra, yaitu hubungan perusahaan lama yang spesifik dan hubungan perusahaan baru. Kedua metodologi memiliki kontras yang bisa ditemukan sejauh memusatkan perhatian pada jenis pelaksanaan latihan organisasi.

Hubungan korporat lama berpusat di sekitar jenis pelaksanaan latihan organisasi secara mandiri di mana setiap kapasitas dalam organisasi melakukan latihannya tanpa solidaritas di antara kapasitas ini.

Asosiasi dengan pihak di luar organisasi hanyalah momen saat ini dan terbatas pada koneksi berbasis nilai tanpa partisipasi untuk membuat keuntungan bersama.

Pendekatan hubungan perusahaan baru, memusatkan perhatian pada upaya bersama antara organisasi dan setiap mitranya. Hubungan organisasi dengan mitra luar bersifat praktis yang tergantung pada asosiasi, sedangkan hubungan organisasi dengan mitra dalam dirakit tergantung pada gagasan keuntungan bersama. Jadi bisa dikatakan jika pendekatan hubungan korporat baru menghapus jarak antara mitra organisasi. Organisasi tidak lagi menguntungkan dirinya sendiri dari mitra sehingga dengan desain hubungan semacam ini, tujuan dan bantalan organisasi tidak lagi untuk mengumpulkan kelimpahan sebanyak yang bisa diharapkan tetapi untuk mencapai pergantian peristiwa yang layak. (Yuliani Lesmana, 2014: 101-110)

Dengan demikian, bisa disimpulkan jika hipotesis mitra ialah hipotesis yang menyatakan jika pengelolaan suatu organisasi tidak bisa dipisahkan dari pekerjaan mitra baik dari pihak internal maupun pihak luar dengan landasan yang berbeda dari berbagai kepentingan dari masing-masing pihak. mitra saat ini. CSR ialah prosedur perusahaan untuk memenuhi kepentingan mitra untuk data non-moneter yang diidentifikasi dengan efek sosial dan ekologi organisasi yang muncul dari latihan organisasi. Ketika paparan CSR lebih baik oleh organisasi, itu akan membuat mitra memberikan bantuan penuh kepada organisasi untuk setiap latihannya yang bertekad untuk meningkatkan pelaksanaan dan mencapai manfaat normal.

3. Teori Legitimasi

Hipotesis keaslian diidentifikasi dengan hipotesis pasangan. Hipotesis keasliannya ialah jika asosiasi tidak henti-hentinya mencari pendekatan untuk menjaga latihan mereka di dalam titik batas dan standar menang di arena publik. Di bagian hipotesis keaslian, jika para eksekutif berpikir jika ini ialah hal yang diharapkan oleh daerah setempat, sebuah organisasi akan dengan sengaja melaporkan latihannya (Deegan, 2009).

Alasan yang dipegang teguh oleh hipotesis otentisitas ialah adanya 'kesepakatan bersama' antara organisasi dan daerah tempat organisasi bekerja/melakukan latihan. Kesepakatan bersama ialah pendekatan untuk memperjelas seberapa besar masyarakat mengantisipasi jika organisasi harus melakukan latihannya. Asumsi sosial ini tidak tetap, namun berubah setelah beberapa waktu. Ini mengharapkan organisasi untuk peka terhadap iklim di mana mereka melakukan latihan mereka.

Organisasi bisa mengambil beberapa metodologi kontra jika mereka merasa keasliannya diperhatikan (Guthrie dan Parker, 1989: 343-352), lebih spesifik:

1. Organisasi bisa mencoba untuk memberi tahu mitra mereka tentang perubahan yang terjadi dalam organisasi
2. Organisasi bisa mencoba untuk mengubah pandangan mitra tanpa mengubah perilaku organisasi.
3. Organisasi bisa berusaha untuk mengendalikan reaksi mitra dengan mengalihkan pertimbangan mereka dari masalah kekhawatiran ke masalah lain yang berlaku dan menarik.

4. Organisasi bisa mencari untuk menggantikan dan memengaruhi asumsi untuk pertemuan luar tentang pameran organisasi

Dalam hipotesis keaslian, asosiasi harus terus-menerus menunjukkan jika mereka bekerja dalam perilaku yang bisa diandalkan dengan kualitas sosial. Ini secara teratur bisa dicapai melalui pengungkapan dalam laporan organisasi (Wilmshurts dan Ice, 2000: 10-26). Asosiasi bisa memanfaatkan wahyu untuk menunjukkan kecemasan eksekutif terhadap kualitas sosial, atau untuk mengalihkan perhatian daerah setempat terhadap adanya efek negatif pada latihan hierarkis. Berbagai penelitian sebelumnya memimpin evaluasi paparan alam yang disengaja dalam laporan tahunan dan melihat pengumuman data ekologi dan sosial sebagai strategi yang digunakan oleh asosiasi untuk bereaksi terhadap faktor tekanan publik (Guthrie dan Parker, 1990: 343-352).

Sehubungan dengan penyelidikan hipotesis mitra dan hipotesis keaslian, cenderung disimpulkan jika titik fokus dari dua spekulasi berbeda tentang pertemuan yang bisa mempengaruhi tingkat pengungkapan data dalam laporan fiskal organisasi. Hipotesis mitra menganggap situasi mitra yang dianggap solid. Kelompok mitra ini ialah pemikiran utama bagi organisasi dalam mengungkap atau tidak mengungkapkan data dalam ringkasan fiskal. Sementara hipotesis keaslian berpusat pada reaksi terbuka dan pengakuan sebagai katalis utama dalam mengungkap data frase dalam laporan moneter.

4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan ialah nilai yang akan dibayar pembeli yang akan datang jika organisasi dijual (Husnan dan Pamudji, 2013), nilai

perusahaan ialah manfaat pasar dari perlindungan kewajiban yang luar biasa dan nilai teman. Jadi bisa disimpulkan jika nilai organisasi ialah nilai pasar dari semua segmen keuangan organisasi yang akan dibayar pembeli yang akan datang jika organisasi dijual yang tercermin dalam biaya penawarannya (John Keown, 2012). Nilai perusahaan juga bisa disinggung sebagai kesan pendukung keuangan atau keseluruhan populasi pada perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan dicirikan sebagai harga pasar, sebagaimana diungkapkan oleh (Ervina Rosiana et al., 2013: 723-739) karena ketika harga saham organisasi meningkat, organisasi bisa memberikan kemajuan kepada mitranya.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diperkirakan menggunakan persamaan Tobin's Q karena data yang diberikan oleh Tobin's Q dianggap yang terbaik. Tobin's Q menjamin jika organisasi tidak berpusat pada pendukung keuangan seperti yang ditunjukkan oleh penawaran (Ervina Rosiana et al., 2013: 723-739). Ketika sebuah organisasi yang memiliki nilai Tobin's Q yang lebih tinggi menunjukkan jika kemungkinan pengembangan organisasi meningkat, pendukung keuangan akan membuat lebih banyak kerugian untuk sebuah organisasi yang memiliki nilai pasar sumber daya yang lebih berharga daripada nilai bukunya. Jika nilai Q di bawah 1 berarti minat terhadap sumber daya tidak menarik (Vinola Herawaty, 2008: 97-108).

5. Profitabilitas

Profitabilitas sangat penting untuk keuntungan bersih yang bisa dicapai oleh organisasi saat melatih tugas-tugasnya. Benefit menjelaskan

gaji yang dibutuhkan organisasi untuk mendukung spekulasi. Manfaat menunjukkan kapasitas modal menempatkan sumber daya ke dalam sumber daya yang besar untuk menghasilkan manfaat bagi pendukung keuangan. Manfaat merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam memutuskan konstruksi modal organisasi.

Dalam penelitian ini profitabilitas di proksikan menggunakan ROA (Return On Asset) yang digunakan untuk menandakan seberapa menguntungkan suatu perusahaan jika di bandingkan dengan total asetnya.

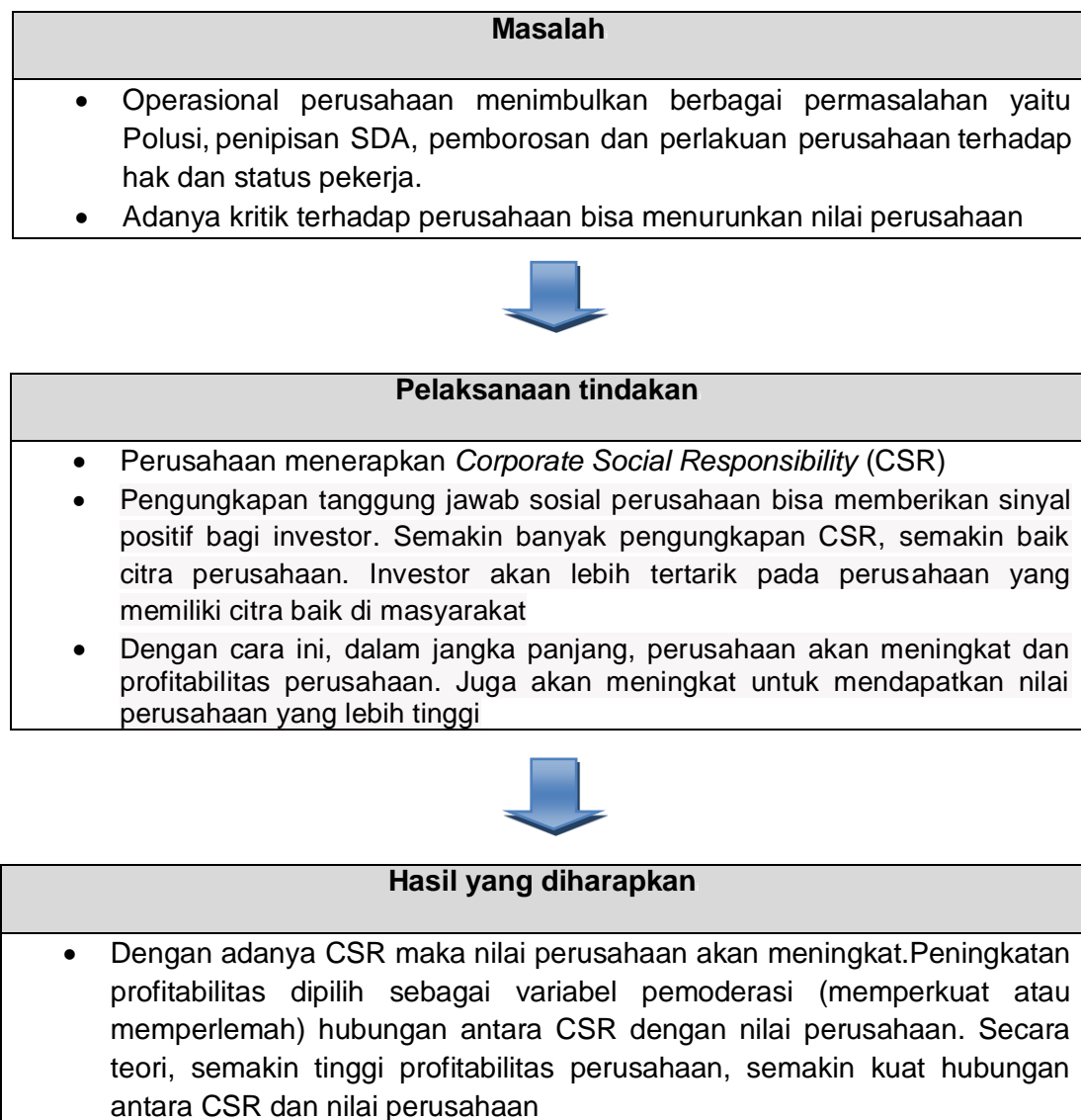
Organisasi yang memiliki produktivitas tinggi pada umumnya akan menggunakan sedikit kewajiban karena pendapatan yang ditahan cukup untuk mendukung sebagian besar kebutuhan subsidi mereka. Semakin tinggi tingkat manfaat, semakin baik administrasi dalam berurusan dengan organisasi. Produktivitas secara teratur dihubungkan dengan kapasitas organisasi untuk memperoleh manfaat interior (Sutrisno 2017:212). Produktivitas suatu organisasi menunjukkan hubungan antara manfaat dan sumber daya atau modal yang menciptakan manfaat (Riyanto 2012:35). Produktivitas menggambarkan kapasitas organisasi untuk menghasilkan keuntungan melalui setiap kemampuan dan sumber saat ini seperti latihan transaksi, uang tunai, modal, jumlah perwakilan, jumlah cabang, dll di (Harahap 2013:304)

C. Kerangka Pemikiran

Dalam eksplorasi kuantitatif (Sekaran, 1992) merekomendasikan jika sistem penalaran ialah model teoritis tentang bagaimana hipotesis mengidentifikasi dengan unsur-unsur yang berbeda yang telah dibedakan

sebagai isu-isu yang signifikan. Pandangan yang layak akan memperjelas secara hipotetis hubungan antara faktor-faktor yang harus dipertimbangkan. Jadi secara hipotetis penting untuk memperjelas hubungan antara faktor bebas dan lingkungan

Investigasi ini berencana untuk memutuskan apakah ada dampak kritis CSR pada nilai perusahaan dengan produktivitas sebagai variabel pengarah. Pola kerangka pemikiran tersebut bisa digambarkan dalam bagan berikut :



Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Menurut (Indrawan dan Yaniawati, 2014:14), hipotesis merupakan pernyataan sementara (*tentative*) yang menjadi jembatan, antara teori yang dibangun dalam merumuskan kerangka pemikiran dengan pengamatan lapangan. Dalam penelitian ini hipotesis alternatif (H_a) yang diajukan yaitu

1. Pengaruh *Corpotare Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan akan benar-benar ingin mengikuti pengelolaan kehidupan organisasi secara konsisten (*going concern*) jika organisasi bisa fokus pada bagian-bagian yang berkaitan dengan sosial, moneter dan ekologi dengan cara yang wajar, mengingat fakta jika dengan kapasitas antara kepentingan daerah, ekonomi, dan iklim ini, suatu hubungan bisa dibuat. selanjutnya, berikan korespondensi yang umumnya menguntungkan.

Perspektif ini tercermin dalam pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu organisasi sebagai bentuk kepedulian perusahaan dan lebih jauh lagi merupakan jenis kewajiban perusahaan mengenai latihan dan lebih jauh lagi pengaruhnya terhadap iklim di sekitar organisasi. Ada banyak keuntungan yang bisa diperoleh organisasi dengan mengungkap kewajiban sosial, mengingat bekerja pada gambaran perusahaan yang layak di mata para pendukung keuangan. Organisasi yang menyelesaikan kewajiban sosial dipandang siap untuk mengungkapkan komitmen yang layak kepada umum dan bisa bertanggung jawab atas

pelaksanaan dan pengaruhnya terhadap iklim umum.

Pelaksanaan praktik CSR akan meyakinkan para pendukung keuangan jika organisasi akan benar-benar ingin menjamin ketahanan organisasi di kemudian hari yang sekaligus akan meningkatkan nilai organisasi. Pernyataan ini dikuatkan oleh hasil pemeriksaan yang dipimpin oleh (Ervina Rosiana et al., 2013: 723-738), (Harjato dan Jo, 2007), (Yuniasih dkk., 2008) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham dan laba perusahaan (*earnings*). Berdasarkan deskripsi yang telah dijabarkan dapat diajukan hipotesis sebagai berikut

H₁: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas ialah suatu prestasi yang bisa dicapai oleh suatu organisasi atas suatu tindakan yang dilakukan oleh organisasi tersebut dalam suatu periode tertentu yang mempengaruhi peningkatan keuntungan bersih. Setiap penyandang dana bisa mempertimbangkan keuntungan sebagai salah satu acuan dalam menentukan pilihan spekulasi, karena dengan besarnya keuntungan yang diklaim oleh perusahaan, semakin tinggi tingkat pembayaran keuntungan dan juga akan menghemat pengeluaran modal, sekali lagi, administrator (orang dalam) bisa memperluas manfaat mereka.

kepemilikan saham karena mereka percaya jika mendapatkan keuntungan ialah keuntungan yang tinggi. Dengan prospek keuntungan yang didapat untuk situasi ini, diyakini para pendukung keuangan akan banyak tergelitik untuk berkontribusi.

Semakin tinggi tingkat kemanfaatan suatu organisasi, bisa diterima jika semakin tinggi tingkat eksposur CSR yang sebenarnya ingin meningkatkan nilai organisasi, mengingat organisasi dipandang sebagai aset tabungan untuk mengungkapnya. kewajiban sosial secara lebih luas. Sebaliknya, (Ervina Rosiana, 2013: 723-738) menunjukkan jika manfaat bisa memperkuat dampak CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan deskripsi yang telah dijabarkan bisa diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.