

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Resource Based View*

Teori *Resource Based View* (RBV) dipelopori pertama kali oleh Wernerfelt (1984). Teori RBV memandang bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan penting bagi perusahaan, karena merupakan pokok atau dasar dari kemampuan daya saing serta kinerja perusahaan. Asumsi dari teori RBV yaitu mengenai bagaimana suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, dengan mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan sesuai dengan kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan.

Suatu perusahaan yang mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya dengan baik, sehingga dapat menciptakan sesuatu yang menjadi kelebihan dari perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Keunggulan tersebut dapat berupa profitabilitas perusahaan yang baik serta kinerja lingkungan perusahaan yang baik. Beberapa keunggulan yang dimiliki perusahaan tersebut dapat membantu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain. Adanya keunggulan-keunggulan yang dimiliki perusahaan serta keberhasilan dalam bersaing dengan perusahaan lain akan meningkatkan nilai perusahaan suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan suatu perusahaan tercermin dari harga saham perusahaan

tersebut. Semakin tinggi harga saham, menunjukkan semakin tinggi pula kemakmuran dari para pemegang saham perusahaan.

Tujuan utama dari didirikan suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaannya melalui peningkatan kemakmuran dari para pemegang saham. Dalam meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan tidak hanya memperhatikan ekuitas saja, melainkan juga memperhatikan sumber keuangan seperti hutang maupun saham preferennya. Nilai perusahaan bagi investor sangatlah penting karena nilai perusahaan digunakan sebagai indikator untuk menilai secara keseluruhan suatu perusahaan (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

2. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* pertama kali dikemukakan oleh Freeman (1984). Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab atas kemakmuran dari para pemegang saham perusahaannya saja, melainkan juga harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap semua pihak yang terkena dampak dari kebijakan strategik perusahaan. Pihak-pihak yang terkena dampak dari kebijakan strategik perusahaan ialah pemegang saham, pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, dan karyawan.

3. Teori Sinyal

Teori sinyal dikemukakan pertama kali oleh Spence (1973), yang menyatakan bahwa dapat terjadi asimetri informasi antar kedua belah pihak, hal tersebut terjadi apabila hanya salah satu pihak saja yang memberikan informasi yang relevan. Apabila suatu perusahaan memiliki informasi yang

baik mengenai perusahaannya, hal tersebut dapat mendorong manajemen perusahaan untuk menyampaikan atau mengungkapkan informasi tersebut ke pihak eksternal yang diharapkan dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Teori sinyal membahas mengenai pentingnya perusahaan untuk memberikan dan menyampaikan informasi perusahaan secara lengkap dan jelas kepada pihak-pihak eksternal yang membutuhkan. Hal tersebut perlu untuk dilakukan karena adanya kemungkinan asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak eksternal. Asimetri informasi tersebut terjadi apabila perusahaan yang bersangkutan tidak memberikan dan menyampaikan informasi yang lengkap dan memadai kepada pihak eksternal. Adanya asimetri informasi tersebut dapat mempengaruhi harga saham dari perusahaan, hal tersebut dikarenakan pasar akan merespon informasi yang ada mengenai suatu perusahaan sebagai sinyal, yang mana hal tersebut akan berpengaruh terhadap nilai suatu perusahaan.

Untuk menghindari adanya asimetri informasi tersebut, maka perusahaan harus memberikan informasi yang lengkap terhadap pihak eksternal. Informasi yang disampaikan tersebut tidak hanya informasi mengenai keuangan, melainkan juga informasi mengenai non keuangan.

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan dari perusahaan dalam memperoleh laba (Saidi, 2004). Tinggi rendahnya profitabilitas yang diperoleh oleh perusahaan juga merupakan indikator dari kinerja manajemen perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan,

maka menunjukkan bahwa perusahaan telah menggunakan asetnya secara efisien sehingga perusahaan tersebut memperoleh laba (Mardiyati dkk, 2012).

Profitabilitas suatu perusahaan sendiri penting untuk dianalisis terutama bagi kreditor dan investor. Bagi kreditor, analisis atau informasi mengenai profitabilitas digunakan sebagai gambaran dan prediksi kemampuan perusahaan dalam membayar pinjaman serta bunga. Sedangkan bagi investor, analisis atau informasi mengenai profitabilitas dapat menggambarkan mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya.

5. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan suatu bentuk kinerja perusahaan untuk menciptakan lingkungan perusahaan yang baik (hijau). Kinerja lingkungan dalam perusahaan dapat dilakukan dengan menerapkan akuntansi lingkungan. Di Indonesia, kinerja lingkungan suatu perusahaan salah satunya diukur dengan berdasarkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Pelaksanaan PROPER di Indonesia saat ini dilakukan berdasarkan Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 7 Tahun 2008.

PROPER merupakan salah satu upaya kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup dalam meningkatkan peran perusahaan dalam pengelolaan lingkungan. Penerapan dari program PROPER tersebut bertujuan untuk mendorong perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungannya melalui penyebaran informasi mengenai kinerja penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan. Hal tersebut dilakukan guna tercapainya peningkatan kualitas lingkungan hidup (Nuraini, 2009). Peningkatan kinerja lingkungan perusahaan tersebut dapat terjadi karena hasil dari peringkat PROPER akan dipublikasikan, sehingga hasil peringkat tersebut akan mempengaruhi reputasi dari suatu perusahaan. Dengan adanya peringkat PROPER tersebut, para *stakeholder* akan memberikan apresiasi kepada perusahaan yang melakukan kinerja lingkungan dengan baik serta tercatat dalam peringkat PROPER, dan para *stakeholder* akan memberikan tekanan dan dorongan kepada perusahaan yang belum masuk dalam peringkat PROPER.

Aspek penilaian PROPER adalah ketaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL dan pengendalian pencemaran laut. Warna emas apabila perusahaan telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan menjalankan pengembangan masyarakat secara berkesinambungan. Warna hijau apabila perusahaan telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan. Warna biru perusahaan telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang

dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku. Warna merah apabila perusahaan sudah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan yang ada. Warna hitam apabila perusahaan belum melakukan upaya dalam pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan.

Hasil dari PROPER dipublikasikan secara terbuka oleh Kementerian Lingkungan Perusahaan kepada para *stakeholder*. Hasil tersebut berupa pengelompokan peringkat warna bagi setiap perusahaan. Setiap tingkatan warna tersebut mencerminkan kinerja serta tanggung jawab dari setiap perusahaan terhadap lingkungan. Adanya peringkat warna tersebut, diharapkan masyarakat dapat lebih mudah dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Peringkat kinerja PROPER dikelompokkan dalam lima tingkatan warna, yaitu: emas, hijau, biru, merah, dan hitam.

6. *Corporate Social Responsibility Disclosure*

CSR merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan kepada para stakeholdernya. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), menyatakan bahwa CSR merupakan suatu bentuk komitmen bisnis dalam memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, melalui kerja sama dengan karyawan, keluarga, masyarakat umum meningkatkan kualitas kehidupan yang bermanfaat untuk bisnis tersebut serta pembangunan.

Terdapat empat faktor yang mendorong suatu perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial (Harahap, 2005 dalam Rahman &

Widyasari, 2008). Faktor pertama yaitu adanya kecenderungan terhadap kesejahteraan sosial. Dengan adanya kesadaran mengenai pentingnya dukungan dari pelanggan dan lingkungan sosial, maka rasa tanggung jawab sosial akan meningkat. Faktor kedua yaitu kecenderungan terhadap kesadaran lingkungan. Dimana suatu perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa ada campur tangan dari pihak lain, baik secara ekonomi, sosial, maupun politik. Faktor ketiga yaitu *economization vs socialization*. Dimana pertimbangan ekonomi hanya mementingkan mengenai biaya dan keuntungan perusahaan, sedangkan pertimbangan sosialisasi berfokus pada kepentingan sosial dan selalu mempertimbangkan dampak sosial dari tindakan atas kebijakan atau kegiatan yang dilakukan. Dan faktor keempat yaitu legitimasi perusahaan. Dimana perusahaan menjalankan suatu kegiatan termasuk pengungkapan informasi untuk memperoleh legitimasi dari lingkungan sosial perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan umumnya masih bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudit* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). CSR terbagi dalam tiga indikator, yaitu indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja lingkungan (Darwin, 2004). Dalam penelitian ini, untuk mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan

berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar (2008), dengan menggunakan enam indikator pengungkapan yang terdapat di dalam GRI yaitu :

- a. Indikator Kinerja Ekonomi
- b. Indikator Kinerja Lingkungan
- c. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
- e. Indikator Kinerja Sosial
- f. Indikator Kinerja Produk

B. Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Teori sinyal, semua bentuk informasi mengenai suatu perusahaan akan diterima sebagai sinyal bagi pasar. Sinyal tersebut dapat berupa informasi perusahaan atau suatu promosi dari perusahaan yang menggambarkan perusahaan yang bersangkutan. Profitabilitas merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai informasi perusahaan kepada pihak eksternal. Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Semakin tinggi profitabilitas dari suatu perusahaan maka semakin tinggi pula keuntungan bagi pemegang saham. Semakin tingginya keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan, maka meningkatkan jumlah investor dalam permintaan atau pembelian saham, maka hal tersebut akan meningkatkan harga saham perusahaan yang

secara tidak langsung juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Rasio profitabilitas suatu perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan dan minat investor untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah dilakukan. Susanti (2010) dengan sampel penelitian perusahaan non keuangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2008, menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertiwi (2012) dengan sampel penelitian perusahaan *food and beverages* dari tahun 2005-2010, menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Wijaya dan Linawati (2015) dengan sampel penelitian 18 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008-2013, menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ :Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Teori *stakeholder*, setiap perusahaan tidak hanya bertanggung jawab atas kemakmuran dari perusahaannya, melainkan juga harus memiliki tanggung jawab lingkungan dan sosial dengan mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak dari tindakan atau kebijakan strategi perusahaan yang bersangkutan (*stakeholder*). Salah satu wujud dari bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial adalah dengan perusahaan melakukan kinerja

lingkungan dengan baik serta ikut berperan dalam pengelolaan lingkungan hidup.

Menurut teori RBV, apabila perusahaan melakukan pengelolaan lingkungan hidup serta terdaftar dalam PROPER, akan menjadi suatu keunggulan atau kelebihan bagi perusahaan. Keunggulan tersebut dapat membantu perusahaan yang bersangkutan dalam kegiatan persaingan bisnis dengan perusahaan lain. Berhasilnya suatu perusahaan dalam persaingan bisnis dengan perusahaan lain akan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut teori sinyal, semua informasi mengenai suatu perusahaan akan diterima sebagai suatu sinyal dalam pasar. Salah satunya ialah PROPER, ketika suatu perusahaan terdaftar dalam PROPER dan memiliki catatan yang baik atau masuk dalam katagori warna yang baik, hal tersebut dapat menjadi sinyal mengenai keberlanjutan suatu perusahaan yang baik suatu perusahaan dalam pasar. Adanya informasi suatu perusahaan yang baik tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang bersangkutan. Meningkatnya investor atas suatu perusahaan tersebut, dapat pula meningkatkan nilai perusahaan suatu perusahaan.

Suatu perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik, akan direspon positif oleh para investor melalui peningkatan harga saham perusahaan. Yang mana, respon positif dari investor tersebut dapat meningkat nilai perusahaan (Falichin, 2011). Beberapa penelitian mengenai pengaruh tanggung jawab lingkungan dan sosial terhadap nilai perusahaan

telah dilakukan. Penelitian dari Nurlela dan Islahuddin (2008) dengan sampel penelitian perusahaan-perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ 2005, menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Norawati (2011) dengan sampel perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2007-2010, menunjukkan hasil bahwa CSR *disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh CSR *disclosure* sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Salah satunya adalah dengan memberikan informasi profitabilitas suatu perusahaan. Adanya informasi profitabilitas yang baik dapat meningkatkan tingkat kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang bersangkutan. Meningkatnya jumlah investor dalam permintaan atau pembelian saham, akan meningkatkan pula harga saham perusahaan. Meningkatnya harga saham tersebut secara tidak langsung juga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Teori *stakeholder* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para stakeholder. Apabila suatu perusahaan memiliki profitabilitas yang baik,

serta perusahaan tersebut juga menjalankan dan melakukan pengungkapan CSR yang mana dapat menjadi sinyal positif (baik) bagi perusahaan. Hal tersebut dapat lebih meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan saham pada perusahaan yang bersangkutan. Meningkatnya jumlah investor tersebut, maka akan dapat juga meningkatkan profitabilitas perusahaan. Meningkatnya jumlah investor tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak pula permintaan atau penawaran terhadap saham perusahaan, yang artinya juga meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham tersebut secara langsung juga meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian mengenai CSR *disclosure* memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan telah dilakukan. Penelitian dari Wijaya dan Linawati (2015) dengan sampel penelitian 18 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008-2013, menunjukkan hasil bahwa CSR *disclosure* memoderasi hubungan antara perusahaan dan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ :CSR *disclosure* memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

4. Pengaruh CSR *disclosure* sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan

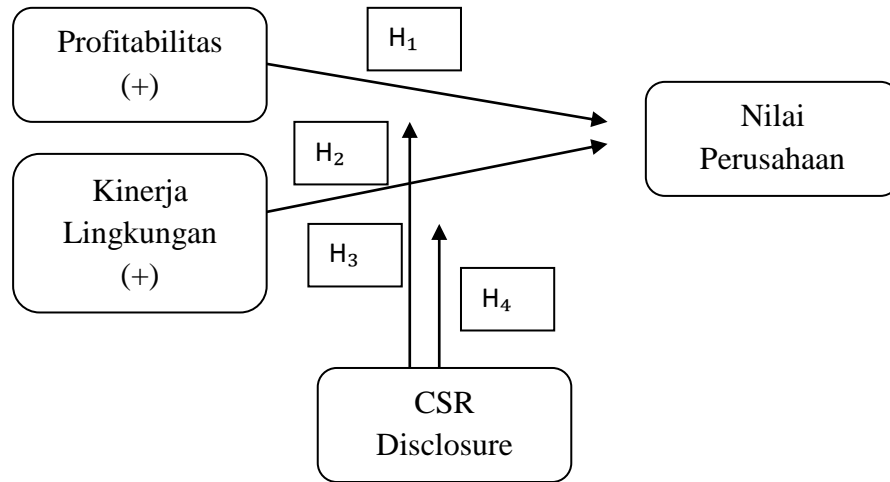
Menurut Teori *stakeholder* (Freeman, 1984) setiap perusahaan tidak hanya bertanggung jawab atas kemakmuran dari para pemegang saham perusahaannya saja. Melainkan juga harus memiliki tanggung jawab sosial

dengan mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak dari tindakan atau kebijakan strategi perusahaan yang bersangkutan (*stakeholder*).

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik yaitu perusahaan yang menjalankan pengelolaan lingkungan sebagai wujud dari pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan, maka investor akan memandang baik perusahaan dan percaya untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang bersangkutan. Hal tersebut dapat meningkatkan jumlah investor dalam perusahaan, meningkatnya jumlah investor tersebut juga akan meningkatkan harga saham, yang secara tidak langsung juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Apabila perusahaan yang bersangkutan tersebut selain memiliki kinerja lingkungan yang baik juga menjalankan dan melakukan pengungkapan CSR terhadap sosial dilingkungannya, dapat menjadi nilai tambah atau keunggulan bagi perusahaan menurut investor. Adanya keunggulan tersebut dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan serta dapat membantu perusahaan dalam persaingan kegiatan bisnis, yang mana hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ :CSR disclosure memoderasi hubungan antara kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan.

C. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian