

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Legitimasi ( Legitimacy Theory )

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat<sup>[13]</sup>(Fatoni dkk, 2016) Dalam teori legitimasi tersebut perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dimasyarakat sehingga dapat diterima dilingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat<sup>[14]</sup>(Sari, 2013) Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

Adanya teori legitimasi ini akan memberikan landasan bahwa perusahaan harus mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat berkaitan dengan kegiatan usaha yang dilaksanakan perusahaan sehingga dapat berjalan dengan baik tanpa adanya konflik dimasyarakat maupun dilingkungan tempat beroperasi. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengembangkan program Corporate Social Responsibility (CSR), dengan adanya Corporate Social Responsibility(CSR) diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat sehingga masyarakat sekitar tempat beroperasi dapat menerima keberadaan perusahaan dengan baik dan tidak mempermasalahkan keberadaan perusahaan tersebut

##### 2.1.2 Stakeholders Theory

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* nya. Definisi *stakeholder* yang diontarkan<sup>[15]</sup>(Rhenald Kasali dalam Purnasiswi, 2011) adalah setiap kelompok orang baik yang berada didalam perusahaan maupun diluar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut sehingga keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada

perusahaan tersebut <sup>[16]</sup>(Fatoni dkk, 2016). Pada dasarnya tanggung jawab perusahaan tidaknya terbatas pada memaksimalkan laba demi kepentingan pemegang saham namun lebih luas lagi yakni menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan.

Adanya teori *stakeholder* ini suatu perusahaan diharapkan dapat memberi manfaat bagi stakeholder. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR), dengan adanya program tersebut perusahaan diharapkan akan dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan, pelanggan dan masyarakat lokal. Sehingga akan dapat terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar tempat beroperasi.

## **2.2 CSR (Corporate Social Responsibility)**

### **2.2.1 Definisi Corporate Social Responsibility**

Program tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sekarang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 yang menyebutkan pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan hanya berorientasi pada filantropi. Perkembangan CSR sendiri secara umum terdiri dari 3 (tiga) periode, yaitu era tahun 1950-1960an, tahun 1970-1980an dan tahun 1990an sampai sekarang. Masing-masing periode berkembang sesuai dengan keadaan di masing-masing periodenya, sampai saat ini CSR dijadikan salah satu strategi untuk meningkatkan citra perusahaan. Namun istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) baru mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Fork: The Triple Bottom Line in 21<sup>st</sup> Century Business* (1998), karya John Elkington.

CSR sendiri belum mempunyai satu definisi yang general. Bahkan tidak jarang para ahli berbeda pandangan mengenai CSR. Berikut beberapa pendapat ahli mengenai CSR :

1. Menurut World Business Council on Sustainable Development  
CSR adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas local dan masyarakat lainnya.
2. Menurut <sup>[17]</sup>(Wibisono, 2007)  
CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas

setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

3. Menurut <sup>[18]</sup>(Suharto, 2008)

CSR adalah operasi bisnis dengan komitmen yang tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan finansial, melainkan juga untuk membangun sosial ekonomi kawan secaa holistik, melembaga dan berkelanjutan.

4. Menurut <sup>[19]</sup>(Widjaja & Yeremia, 2008)

CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (stake-holders) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan & kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan

5. Menurut <sup>[20]</sup>(Kotler &Nance, 2005)

Mendefinisikanya CSR sebagai komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian bahwa CSR merupakan social responsibility dan perusahaan dalam hubungannya dengan pihak internal dan eksternal. Sedangkan Menurut <sup>[21]</sup>(Ismail Solihin, 2009) CSR diartikan kedalam 3 (tiga) hal, yaitu :

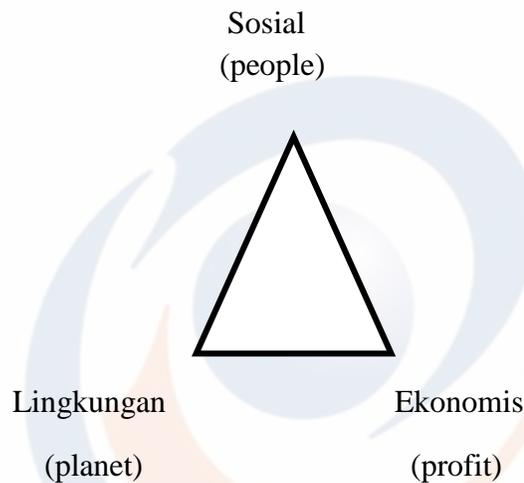
- a. *Coporate Social Responsibility is a commitment to improve community well-being throught, discretionary business practices & cintributions of corporate resources*
- b. *Achieving commercial succes in way that honor ethical value and respect people, communities and the natural enviroment*
- c. *The willingness of an organization to incorporate social and environment consideration in its decision making and be accountable for the impact of its decisions and activities on society and environment.*

Ketiga definisi yang disampaikan Ismail Solihin diatas setidaknya mewakili beberapa pengertian CSR lainnya yang pada dasarnya terdiri dari 3 (tiga) elemen kunci, yaitu :

1. CSR adalah komitmen, kontribusi, cara pengelolaan bisnis dan pengambilan keputusan dari perusahaan.
2. Komitmen, kontribusi, cara pengellaan bisnis dan pengambilan keputusan perusahaan di dasarkan pada akuntabilitas, mempertimbangkan aspek sosial juga lingkungan, memenuhi tuntutan etis, legal dan profesional.
3. Perusahaan memberikan dampak nyata pada pemangku kepentingan dan secara khusus pada masyarakat sekitar.

John Elkington pada tahun 1997 dalam (Wibisono, 2007) melalui bukunya “Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business”.

Elkington mengembangkan konsep triple bottom line dalam istilah economic prosperity, environmental quality dan social justice. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan “3P”. selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam bentuk segitiga sebagai berikut :



**GAMBAR 2.1 Piramida 3P**

### 2.2.2 Konsep *Triple Bottom Line*

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi financial-nya saja, namun memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (Wibisono, 2007).

Hubungan yang ideal antara profit (keuntungan), people (masyarakat) dan planet (lingkungan) adalah seimbang, tidak bisa mementingkan satu elemen saja. Konsep 3P ini menurut Elkington dapat menjamin keberlangsungan bisnis perusahaan. Hal ini dapat dibenarkan, sebab jika suatu perusahaan hanya mengejar keuntungan semata, bisa jadi lingkungan yang rusak dan masyarakat yang terabaikan menjadi hambatan kelangsungan bisnisnya. Beberapa perusahaan bahkan menjadi terganggu aktivitasnya karena tidak mampu menjaga keseimbangan 3P ini. Jika muncul gangguan dari masyarakat maka yang rugi adalah bisnisnya sendiri <sup>[21]</sup>(Prastowo dan Huda, 2011).

1. *Profit* (keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Profit sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapat yang digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisien biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin (Wibisono, 2007)

2. *People* (masyarakat pemangku kepentingan)

Menyadari bahwa masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar, sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka. Perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat, karenanya perusahaan perlu untuk melakukan berbagai masyarakat, karenanya perlu melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat (Wibisono, 2007)

3. *Planet* (lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika kita merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada kita sebaliknya, jika kita merusaknya, maka kita akan menerima akibatnya. Namun sayangnya, sebagian besar dari kita masih kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena tidak adanya keuntungan langsung didalamnya. Maka, kita melihat banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal, dengan melestarikan lingkungan mereka justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya (Wibisono, 2007)

Mendongkrak laba dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi memang penting, namun tak kalah pentingnya juga memperhatikan pelestarian lingkungan. Disinilah perlunya penerapan konsep triple bottom line atau 3BL, yaitu profit, people dan planet. Dengan kata lain. “jantung hati” bisnis bukan hanya profit (laba)

saja, tetapi juga people (manusia) dan jangan lupa, planet (lingkungan)  
[17](Wibisono, 2007)

### 2.3 Nilai Perusahaan

Rika dan Ishlahuddin (2008) dalam Djuitaningsih & Martatilova (2012), mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Menurut [22](Prasetyorini, 2013), nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual. Sehingga menjelaskan nilai perusahaan digunakan perbandingan nilai pasar dan nilai buku perusahaan

Salah satu aspek pengukuran nilai perusahaan menurut [23](Wahyudi dan Pawestri, 2006) adalah harga saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki. Menurut Van Home (2002) "Value is represented by the market price of the company's common stock which in turn, is a function of firm's investment, financing and dividend decision". Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral di semua pelaku pasar, harga pasar saham merupakan barometer kinerja perusahaan.

Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang juga tinggi. Kekayaan pemegang saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen aset [24](Susanti, 2010).

Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris (Hadi,2001).

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan . Menurut Porter (2005) dalam Djuitaningsih & Martatival (2012) perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja dan sosial yang baik akan di respon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk mendapatkan laba dalam menjalankan aktivitas bisnisny, akan tetapi tujuan perusahaan bukan hanya untuk mendapatkan laba saja, meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham merupakan tujuan perusahaan juga.

Secara umum menurut Slamet Sugir (1998) dalam Pertiwi (2010) mengatakan bahwa banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah :

1. Pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earnings ratio*.
2. Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas.
3. Pendekatan deviden antara lain pertumbuhan deviden.
4. Pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva.
5. Pendekatan harga saham.

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan tital modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar menjadi ukuran nilai perusahaan. Penilaian terhadap perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal (Pertiwi, 2010)

### **2.1.2 Pengukuran Nilai Perusahaan**

#### **1. Price to Book Value (PBV)**

*Price to Book Value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadiano, 2001). Menurut Prayitno dalam Afzal (2012)

*Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang di investasikan. PBV juga dapat berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang di perdagangan *overvalued* ( di atas ) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadianto, 2001).

Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan rumus :

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

## 2. Return Saham

Return saham merupakan salah satu faktor yang mendorong para investor berinvestasi dan merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung resiko atas investasi yang dilakukannya. Return saham diartikan sebagai penghasilan yang diperoleh selama periode investasi per sejumlah dana yang diinvestasika dalam bentuk saham (Boediono, 2000).

Secara sistematis Return saham dihitung dengan rumus :

$$R_{i,t} = \frac{P_t - (P_t - 1)}{(P_t - 1)}$$

## 3. Harga Saham

Harga saham menurut Sartono (2008:70) merupakan harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Apabila saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Sebaliknya, apabila kelebihan penawaran maka harga saham cenderung turun.

Secara sistematis Harga saham dihitung dengan rumus :

$$\text{Harga saham tahunan} = \frac{\text{Harga saham bulanan}}{12}$$

#### 4. Tobin's Q

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston dan Copeland, 2004). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumusnya sebagai berikut :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Dimana:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (closing price) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun. EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

#### 2.4 Hubungan Pengungkapan Profit, People dan Planet secara simultan terhadap Tobin's Q

Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam *Sustainability Reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu,

dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

### **2.5 Hubungan Pengungkapan People terhadap Tobins'Q**

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. People menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Secara lebih spesifik, konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksploitasi yang mempekerjakan anak dibawah umur, menerapkan pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi. Bukan hanya itu, konsep ini juga meminta perusahaan memperhatikan kesehatan dan pendidikan bagi tenaga kerja. Dan hal ini akan memberikan keberlanjutan untuk jangka panjang terhadap perusahaan. Semakin Pengungkapan konsep People ini dilakukan hal ini akan mempengaruhi terhadap harga saham yang akan berpengaruh terhadap nilai pasar ekuitas, nilai pasar ekuitas pun akan semakin tinggi sehingga berpengaruh terhadap nilai Tobins'Q.

### **2.5 Hubungan Pengungkapan Planet terhadap Tobins'Q**

Planet berarti mengelola dengan baik penggunaan energi, terutama atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Mengurangi hasil limbah produksi dan mengolah kembali limbah agar menjadi aman bagi lingkungan, mengurangi emisi CO<sub>2</sub> ataupun pemakaian energi. Praktik yang harus dilakukan oleh perusahaan, dikarenakan lingkungan merupakan suatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan. Pengungkapan planet ini akan mempengaruhi terhadap nilai Tobins'Q, dikarenakan jika suatu perusahaan melakukan penanggulangan limbah, maka perusahaan melihat hubungannya akan menarik suatu investor untuk menanamkan modalnya. Karena perusahaan tersebut menjaga lingkungan sekitarnya. Ketika minat investor itu semakin meningkat maka akan mempengaruhi terhadap nilai perusahaan harga saham. Dan ketika nilai harga saham naik akan mempengaruhi terhadap nilai Tobins'Q

### **2.6 Hubungan Pengungkapan Profit terhadap Tobins'Q**

Profit atau keuntungan menjadi tujuan utama dan terpenting dalam setiap kegiatan usaha. Tidak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar profit dan mendongkrak harga saham setinggi-tingginya. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang

dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin. Jika produktivitas dilakukan dengan baik ini akan berpengaruh terhadap penjualan yang semakin meningkat dan akan mempengaruhi laba perusahaan dan pembagian dividen pun akan naik ini akan mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya sehingga akan mempengaruhi terhadap harga saham, hal ini membuat harga saham pun semakin tinggi ini akan berpengaruh terhadap terhadap nilai pasar ekuitas yang merupakan salah satu komponen pada Tobins'Q, nilai pasar ekuitas pun akan semakin tinggi sehingga ini akan mempengaruhi terhadap nilai Tobins'Q. Ketika pengungkapan profit ini dilakukan

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

### **2.5.1 Evelyn Stacia dan Juniarti (2015)**

Pada penelitian ini yang berjudul “ Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan “ ( Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ) maka dapat disimpulkan variabel CSR tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah sampel penelitian dan periode yang digunakan.

### **2.5.2 M.Faroid (2014)**

Pada penelitian Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT. Tirta Investama Keboncandi pada Masyarakat Desa Jeladri Winongan Pasuruan. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari variabel Community Support dan variabel product pada program Corporate Social Responsibility secara signifikan dan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan dan variabel Environment pada program CSR secara signifikan dan berpengaruh negatif terhadap citra perusahaan PT. Tirta Investama Keboncandi Jeladri Winongan Pasuruan. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi dari perusahaan terhadap indikator lingkungan perusahaan yang perlu perbaikan agar citra perusahaan tetap terjaga dan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dalam menjalankan program-program CSR tetap berjalan secara harmonis dan berkesinambungan.

### **2.5.3 Prasetya (2010)**

Pada penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility „Lifebuoy Berbagi Sehat“ Terhadap Loyalitas Konsumen dan Citra Perusahaan Unilever Indonesia (Studi Kasus di Kota Bogor)”. Pada penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa Brand Awareness produk Lifebuoy di Kota Bogor

mencapai 100 persen aware dengan posisi Top of Mind 61 persen, Brand Recall 33 persen dan Brand Recognition 6 persen. Sementara efektifitas iklan televisi CSR “Lifebuoy Berbagi Sehat” melalui perhitungan CRI adalah sebesar 76,99 persen. Kemudian terdapat hubungan positif yang kuat antara kegiatan CSR dengan loyalitas konsumennya (39,2%) serta positif lemah dengan citra perusahaan (16,1%).

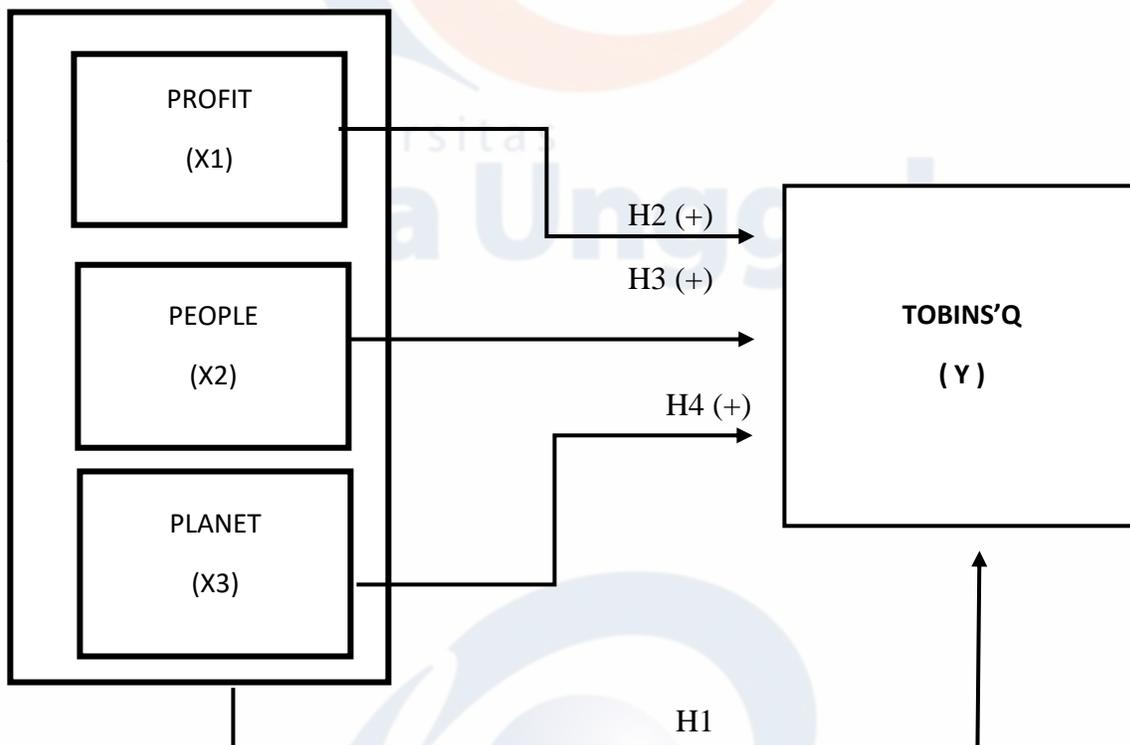
## 2.6 Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

- H1 : Pengungkapan Profit, People dan Planet berpengaruh simultan terhadap Tobins’Q
- H2 : Pengungkapan Profit berpengaruh positif terhadap Tobins’Q
- H3 : Pengungkapan People berpengaruh positif terhadap Tobins’Q
- H4 : Pengungkapan Planet berpengaruh positif terhadap Tobins’Q

## 2.7 Model Penelitian

Dalam penelitian ini mencoba untuk menguji pengaruh Profit, People dan Planet terhadap Tobins’Q pada perusahaan Sektor Pertambangan Batu Bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.



**GAMBAR 2.2 Model Penelitian**

Melalui gambar Model Penelitian diatas diketahui bahwa Profit, People dan Planet berpengaruh secara individual terhadap Tobins'Q