

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN SIKLUS  
HIDUP TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR YANG TEDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Prgoram Studi Manajemen Universitas Negeri Padang*



Disusun oleh:

**MUHAMMAD RAZIF**  
**18059110**

**MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2022**

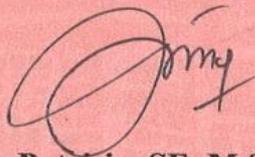
**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI  
PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Nama** : **Muhammad Razif**  
**TM/NIM** : **2018/18059110**  
**Jurusan** : **Manajemen**  
**Keahlian** : **Keuangan**  
**Fakultas** : **Ekonomi**

**Padang, Agustus 2022**

**Disetujui Oleh :**

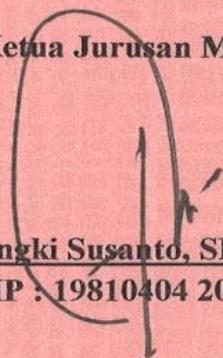
**Pembimbing**



**Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D**  
**NIP : 19751209 199903 3 001**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D**  
**NIP : 19810404 200501 1 002**

**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

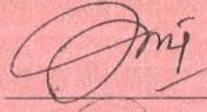
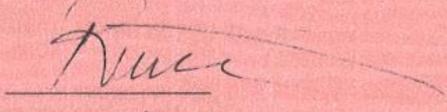
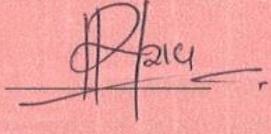
Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Nama : Muhammad Razif  
TM/NIM : 2018/18059110  
Jurusan : Manajemen  
Keahlian : Keuangan  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D	
Anggota	: Dr. Rosyeni Rasyid, SE., ME.	
Anggota	: Rizki Srilasmini, SE., MM	

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi, Modal kerja, Likuiditas dan Pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, adalah asli karya tulis saya sendiri.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali dari pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah dengan menyebutkan pengarang dan dicantumkan pada kepustakaan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila terdapat penyimpangan di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, Agustus 2022  
Yang membuat pernyataan



Muhammad Razif  
BP/NIM : 2018/18059110

## ABSTRAK

**Muhammad Razif (2018/18059110): Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia**  
**Dosen Pembimbing : Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ada pengaruh *corporate social responsibility* dan siklus hidup terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2019. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metod purposive sampling dan data yang digunakan adalah data sekunder. Sampel pada penelitian ini ada 79.

Teknik analisis yang digunakan untuk penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Hasil dari penelitian ini yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaandengan signifikansi 0,010. Siklus hidup perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,447.

**Kata kunci:** *Corporate social responsibility*, Siklus Hidup Perusahaan, Nilai Perusahaan

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi S1 pada jurusan Manajemen dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Sholawat beserta salam juga penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga safaatnya kita dapatkan diakhirat kelak. Aamin Yaa Rabal’alamin.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Idris M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, AK, Ph.D selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing penulis dengan penuhkesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu selaku penguji I dan Ibu Dr. Rosyeni Radyid, SE, ME, CFP selaku

penguji II yang telah memberikan saran perbaikan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Rini Sarianti, SE, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah membimbing penulis dalam menjalani perkuliahan.
6. Bapak Supan Weri Munandar, A.Md selaku Staf Administrasi Jurusan Manajemen yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi.
7. Bapak dan Ibu Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmu dalam penulisan skripsi ini, serta kepada karyawan dan karyawan yang telah membantu dalam bidang administrasi.
8. Teristimewa Ayahanda Mulyadi dan Ibunda Asteni Rahmayani tercinta, yang telah berkorban, baik materil maupun moril dan memberikan motivasi serta mendo'akan penulis demi terwujudnya cita-cita penulis.
9. Teristimewa Nenek tercinta Samsibarni , yang merawat dan mendo'akan untukkebaikan penulis hingga menyelesaikan kuliah dan penelitian akhir.
10. Teristimewa Adik tercinta Nurul Hidayanti yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis hingga menyelesaikan kuliah dan penelitian akhir..
11. Teristimewa Rani Sintya, SE selaku pasangan hidup yang selalu memberikan semangat dan mendukung serta menemani dari masa perkuliahan hingga pembuatan skripsi ini dengan selesai.

12. Teristimewa Keluarga Besar AS Big Family yang selalu support penulis untuk mencapai titik ini.
13. Teristimewa Keluarga Besar Besan yang selalu memberikan semangat dan dukungan hingga penelitian ini selesai.
14. Serta teman-teman seperjuangan yaitu Andre Viktor Wahyudi, Muhammad Zidane, Dicky Pratama, Ivana Chyntia, Miftah Aziza dan Latyfah Syadidah, yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis hingga menyelesaikan kuliah dan penelitian akhir ini.

Semoga bantuan, bimbingan dan arahan yang Bapak/Ibu, serta rekan-rekan berikan menjadi suatu nilai ibadah dan diberikan balasan dari Allah SWT. Hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Padang, Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
ABSTRAK .....	5
KATA PENGANTAR .....	6
DAFTAR ISI .....	i
DAFTAR TABEL .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
DAFTAR LAMPIRAN .....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat penelitian .....	7
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....	9
A. Kajian Teori .....	9
B. Penelitian Terdahulu .....	28
C. Kerangka Konseptual .....	32
D. Hipotesis .....	33
BAB III METODE PENELITIAN .....	34
A. Jenis Penelitian .....	34
B. Objek Penelitian .....	34
C. Populasi dan Sampel .....	34
D. Jenis dan Sumber Data .....	35
E. Teknik Pengumpulan Data .....	36
F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
G. Teknik Analisis Data .....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	47
A. Gambaran Umum Perusahaan Manufaktur .....	47
B. Deskripsi Variabel Penelitian .....	49
C. Analisis Data.....	54
D. Pembahasan .....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	69
DAFTAR LAMPIRAN.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 2. Defenisi Operasional .....	39
Tabel 3. Uji Deskriptif Statistik.....	50
Tabel 4. Uji Normalitas.....	55
Tabel 5. Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 6. Uji Autokorelasi .....	57
Tabel 7. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 8. Uji F.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 2. Uji Heterokedastisitas .....	58

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Nama Perusahaan Sampel .....	73
Lampiran 2. Data Variabel Penelitian.....	74
Lampiran 3. Uji Olah Data.....	78

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kemajuan bidang usaha di Indonesia dikala ini bergerak dengan cepat, perihal ini diisyaratkan dengan banyaknya industri terkini yang bermunculan, maka terbentuk kompetisi usaha yang semakin ketat. Profesi dibidang bisnis pada masa lalu belum sanggup menarik perhatian anak muda dikala itu, berbanding terbalik dengan era saat ini. Salah satu industri yang dikala ini banyak di lihat oleh penanam modal merupakan industri yang beranjak dibidang pengolahan bahan mentah menjadi bahan jadi atau umum di ucap dengan industri manufaktur. Manufaktur merupakan sesuatu bagian pabrik yang mengimplementasikan mesin, perlengkapan dan daya kegiatan serta suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi guna dijual. Sebutan ini dapat dipakai guna aktifitas manusia, dari kerajinan tangan sampai ke pembuatan dengan teknologi tinggi, akan tetapi begitu sebutan ini lebih kerap dipakai untuk dunia industri, di mana bahan utama diganti jadi barang jadi dalam skala yang besar.

Badan Pusat Statistik melaporkan, pertumbuhan ekonomi pada industri manufaktur tumbuh diangka 3,39% secara *year on year* sepanjang 2021. Kenaikan ini disokong industri alat angkutan yang mengalami peningkatan sebesar 17,82%. Selain itu, industri manufaktur tumbuh juga didorong oleh subsektor lain yang menopang pertumbuhan manufaktur di tahun 2021 seperti industri logam dasar

yang tumbuh sebesar 11,50%. Sedangkan industri tekstil dan pakaian jadi mencatat pertumbuhan sebesar 5,95% pada Kuartal IV 2021 setelah berturut-turut mengalami kontraksi. Namun peningkatan pada kuartal ini belum mampu mengangkat pertumbuhan industri tekstil sepanjang tahun yang masih terkontraksi sebesar 4,08%. Industri lain diantaranya yaitu pertanian, kehutanan dan perikanan yang tumbuh sebesar 1,84%, pedagang besar dan eceran sebesar 4,65% konstruksi sebesar 2,81%, pertambangan dan penggalian sebesar 4,00%, informasi dan komunikasi sebesar 6,81% serta transportasi dan pergudangan sebesar 3,24%.

Kebangkitan zona manufaktur diharapkan sanggup mensupport independensi ekonomi serta penyerapan daya kegiatan sehingga perekonomian nasional tidak lagi terkait sektor komoditas yang rentan kepada instabilitas harga dan guncangan ekonomi global. perusahaan manufaktur sebagai salah satu zona yang diprioritaskan negara disaat ini. Walaupun pabrik manufaktur menemukan perhatian lebih dari negara tetapi industri manufaktur sampai disaat ini masih mengalami sebagian hambatan semacam permasalahan investasi, prasarana, serta tentu saja perkara ketenagakerjaan ataupun pegawai. Atensi para penanam modal guna menanamkan modalnya pada industri ini juga sering kali jadi permasalahan rumit yang dialami. Pada dasarnya seluruh industri wajib dihadapkan dengan modal yang hendak memastikan keberlanjutan siklus hidup perusahaannya, modal ini bisa didapat bila si penanam modal tertarik buat mendanakan pada industri yang dikira sanggup membagikan profit untuk penanam modal ataupun investor.

Hambatan ataupun permasalahan ini juga tidak bebas dari industri manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia( BEI). Ketertarikan penanam

modal buat menancapkan modalnya menjadi perhatian penting untuk industri serta salah satu metode supaya penanam modal terpikat pada industri itu bisa diamati dari nilai perusahaan yang terlihat pada harga sahamnya. Harga saham yang besar membuat nilai perusahaan juga besar. Nilai perusahaan yang besar hendak membuat pasar yakin tidak cuma pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada peluang perusahaan di masa depan. Oleh karena itu kenaikan harga saham mengirimkan tanda positif dari penanam modal pada manajer.

Banyak industri untuk tingkatan nilai perusahaan mereka bersedia melakukan seluruh cara agar perusahaan mereka dapat terlihat menarik dimata investor, mereka tidak mengetahui bahwa tentang ini bisa berdampak kurang baik pada keberlangsungan hidup industri pada waktu yang bakal tiba. Pengharapan pada waktu saat ini bakal pengaruhi industri pada waktu depan jadi prosedur yang didapat dikala ini mesti memprediksi profit pada waktu depan.

Nilai perusahaan jadi aspek bernilai untuk industri tidak lain untuk perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. Nilai perusahaan bisa dipengaruhi oleh sebagian sebab salah satunya merupakan Corporate social responsibility( CSR). Maqbool serta Zameer( 2018) memaparkan kalau CSR ialah suatu rancangan dimana perusahaan menggabungkan perhatian sosial serta area dalam pembedahan bidang usaha mereka serta membuat interaksi dengan para pengelola kebutuhan dengan dasar tulus. Berarti untuk perusahaan buat melaksanakan aktivitas CSR guna membagikan perhatiannya pada pihak eksternal karna sesuatu industri tidak akan dapat bertumbuh bila cuma menutup mata dengan suasana serta situasi area sosial disekitarnya (Prasetyo serta Meiranto, 2017).

CSR dapat membantu perusahaan membangun reputasi positif di pasar modal. Hoepner (2016), menjelaskan bahwa CSR berkaitan dengan kepercayaan, integritas dan non-opportunitisme. CSR merupakan kepatuhan komitmen perusahaan untuk bekerja sama dengan pemangku kepentingan atas dasar saling percaya. Oleh karena itu, CSR dapat menjadi alat yang ampuh untuk membangun hal positif dalam reputasi perusahaan. Namun hasil penelitian Hoepner (2016) bertolak belakang dengan Nelling dan Webb (2009) yang mana menunjukkan hubungan negatif antara CSR dan Nilai perusahaan atau tidak berpengaruh signifikan. Sebagai tambahan, Muttakin (2015) menyimpulkan bahwa hubungan negatif CSR berdampak buruk pada kinerja keuangan.

Bersamaan melonjaknya kesetiaan pelanggan dalam durasi yang lama, hingga pemasaran industri bakal terus menjadi pulih, serta pada kesimpulannya dengan penerapan CSR, diharapkan tingkatan profitabilitas industri pula bertambah. Oleh sebab itu, CSR berfungsi berarti dalam meningkatkan angka perusahaan selaku hasil dari kenaikan pemasaran perusahaan dengan metode melaksanakan bermacam kegiatan sosial di area sekelilingnya.

Selain CSR faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah siklus hidup perusahaan. Pada setiap siklus kehidupan perusahaan, perilaku rasio-rasio keuangan juga tidak mengalami kesamaan. Adanya ketidaksamaan ini dapat digunakan sebagai prediksi pada nilai seperti apa rasio-rasio keuangan mengalami peningkatan atau penurunan dikaitkan dengan siklus hidup perusahaan. Menurut teori siklus hidup (Adizes, 2014), masalah yang dihadapi oleh perusahaan sebagian besar akan dipengaruhi oleh tahapan yang berbeda dalam siklus hidup dimana

perusahaan tersebut berada. Empiris terbaru studi di bidang akuntansi dan keuangan telah menyelidiki dampak dari siklus hidup perusahaan pada investasi, pembiayaan, keputusan dividen (Berger dan Udell, 1998; Hasan & Habib, 2017), serta nilai perusahaan (Servin dan Juniarti, 2014).

Penelitian-penelitian sebelumnya belum banyak yang membahas mengenai pengaruh CSR pada setiap tahapan siklus hidup perusahaan terhadap nilai perusahaan. Terdapat penelitian yang justru membahas pengaruh siklus hidup perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan beberapa variabel kontrol yaitu *Firm size* dan *firm risk* seperti yang dilakukan oleh (Servin dan Juniarti, 2014). Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang menguji tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan seperti yang dilakukan oleh (Wirawan, 2020) menunjukkan bahwa CSR memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Winningsih (2022) dimana pengungkapan CSR ternyata tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV. Perbedaan hasil tersebut membuat peneliti ingin menguji kembali pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, keunikan penelitian ini adalah menambahkan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan (*Firm size*) dan *leverage* dengan harapan dengan variabel kontrol tersebut lebih terlihat pengaruhnya pada nilai perusahaan.

Dari pemaparan latar belakang diatas maka dari itu penulis mengambil judul penelitian yaitu: **“Pengaruh *Corporate social responsibility* dan Siklus Hidup**

## **Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.**

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka identifikasi masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Apakah aktivitas *Corporate social responsibility* (CSR) pada setiap perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Apakah tahapan siklus hidup perusahaan memberikan hasil nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang sama atau berbeda.

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian yang dilakukan lebih fokus, terarah dan tidak meluas peneliti membatasi masalah yang ada pada ruang lingkup penelitian, maka peneliti membatasi permasalahan hanya dalam pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) dan siklus hidup perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh Siklus hidup terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh Siklus Hidup terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **F. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai sumber informasi untuk melakukan penelitian yang memiliki topik yang sama.
  - b. Sebagai bahan referensi yang dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

- c. Sebagai kontribusi dalam bidang pendidikan, terutama dalam media pembelajaran terutama mengenai pemahaman mengenai (CSR) dan Siklus hidup dengan segala komponen yang mempengaruhinya.
2. Manfaat Praktis
    - a. Dapat mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih aktif dan serius dalam menerapkan CSR berdasarkan aspek-aspek dasar yang dapat dipercaya dalam meningkatkan kinerja perusahaan.
    - b. Memberikan pertimbangan kepada perusahaan dalam membuat kebijaksanaan agar lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan sosial dalam setiap siklus daur hidup perusahaannya.

**BAB II**

**KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA  
KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS**

**A. Kajian Teori**

**1. Teori**

a. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan orang lain (agent) untuk memberikan suatu jasa, kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut. Dengan kewenangan yang dimilikinya ini, mungkin saja agen tidak bertindak yang terbaik untuk kepentingan pemilik karena adanya perbedaan kepentingan (*conflict of interest*). Adanya *conflict of interest* antara agen dengan pemilik mengakibatkan agen dapat bertindak yang hanya menguntungkan dirinya sendiri dengan mengabaikan kepentingan pemilik. Selain itu, agen dianggap memiliki informasi yang lebih mengenai perusahaan dibandingkan pemilik atau yang disebut dengan asimetri informasi, sehingga memungkinkan agen untuk memanipulasi informasi yang dapat menguntungkan agen. Manipulasi yang dilakukan manajemen perusahaan membuat investor kehilangan kepercayaan atas investasinya, sehingga menyebabkan investor melakukan penarikan dana yang telah di investasikan sebelumnya. Hal ini disebut sebagai masalah keagenan (Sintyawati, 2014).

Ketika perbedaan kepentingan terjadi antara pihak manajemen (agen) dan investor (principal), maka terdapat biaya agensi (*agency cost*), diantaranya adalah biaya monitoring, biaya proses auditing, dan biaya sistem kompensasi agen. Hampir mustahil bagi perusahaan untuk memiliki *zero agency cost* dalam hal menjamin manajemen untuk mengambil keputusan yang optimal dari pandangan investor dikarenakan terdapat perbedaan kepentingan yang besar diantara mereka. Cara yang dapat digunakan untuk mengurangi biaya agensi ialah dengan memberikan informasi melalui pengungkapan sukarela pada laporan tahunan perusahaan serta dapat mengurangi terjadinya asimetri informasi.

#### b. Teori *Stakeholder*

*Stakeholder theory* artinya kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Freeman (1984) berpendapat bahwa *stakeholder* adalah seseorang atau sekelompok orang yang dipengaruhi dan mempengaruhi proses perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Rosiana, dkk, 2013). Menurut Waryanti (2009) menyatakan bahwa *stakeholder* harus dilibatkan dalam pengambilan keputusan oleh manajemen karena *stakeholder*

juga mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham.

### c. Teori Sinyal

Teori sinyal (*signalling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Menurut Brigham serta Houston( 2011), filosofi tanda menjelaskan kalau seluruh aksi memiliki data serta perihal ini diakibatkan terdapatnya asimetri data. Asimetri data ialah situasi dimana sesuatu pihak memiliki data lebih banyak dibandingkan dengan pihak lain. Misalnya pihak manajemen perusahaan memiliki data yang lebih banyak hal perusahaannya dibandingkan dengan pihak investor di pasar modal. Dalam perihal ini permasalahan yang terjalin merupakan terdapatnya asimetri data antara industri dengan stakeholder.

Permasalahan itu timbul dengan terdapatnya data yang tidak cocok dengan sebenarnya ataupun terdapatnya perbandingan data. Asimetri Data dapat dituntaskan dengan metode pengungkapan ataupun disclosure. Data itu berarti untuk penanam modal serta pelaksana bidang usaha sebab data pada hakekatnya menyuguhkan penjelasan, memo ataupun cerminan, bagus buat kondisi era kemudian, dikala ini ataupun era yang hendak tiba untuk kesinambungan hidup industri serta gimana efeknya pada perusahaan.

Signalling theory mengemukakan mengenai gimana sepatutnya suatu industri membagikan tanda pada konsumen informasi finansial. Tanda ini berbentuk data hal apa yang telah dicoba oleh manajemen buat mewujudkan kemauan owner. Tanda bisa berbentuk iklan ataupun data lain yang melaporkan kalau industri itu lebih bagus dari industri lain (Jamaan, 2008). Tujuan penting industri merupakan tingkatkan angka perusahaaan. Angka industri hendak aman berkembang dengan cara berkepanjangan (*sustainable*) bila industri mencermati format ekonomi, sosial serta area hidup sebab keberlanjutan ialah penyeimbang antara kepentingan- kepentingan ekonomi, area serta warga( Kusumadilaga, 2011). Format itu ada di dalam aplikasi *Corporate social responsibility* yang dicoba industri selaku wujud pertanggungjawaban serta perhatian kepada area di dekat perusahaan.

#### d. Teori legitimasi

Teori legitimasi dikemukakan awal kali oleh Dowling dan Pfeffer( 1975) dimana Teori legitimasi dikemukakan yang membagikan cerminan mengenai terdapatnya perbandingan antara nilai- nilai yang dianut perusahaan dengan nilai- nilai masyarakat, hingga perusahaan hendak terletak pada posisi rawan dimana perbandingan itu diketahui selaku Legitimacy gap. Legitimasi gap hendak timbul bila perusahaan tidak liabel kepada akibat yang bisa jadi ditimbulkan dari kegiatan perusahaan dan impian masyarakat kepada perusahaan serta cuma mengarah pada menciptakan profit sebesar- besarnya (Ang serta Masella, 2015).

Dai (2018) berpendapat bahwa memiliki legitimasi yang lebih besar melalui CSR mengarah pada kinerja perusahaan yang lebih baik. Secara keseluruhan, para pendukung CSR berpendapat bahwa dengan menyediakan dan memenuhi harapan pemangku kepentingan, perusahaan melegitimasi keberadaan mereka dan memastikan kesuksesan mereka yang berkelanjutan. Godfrey (2005) berpendapat bahwa reputasi yang kuat untuk tanggung jawab sosial akan membantu mempertahankan nilai perusahaan. Supaya didapat oleh warga hingga perusahaan wajib mengatakan kegiatan sosialnya sehingga hendak menjamin kelangsungan hidup perusahaannya. Bagi Reverte (2009) Pengungkapan ini dipakai buat melegitimasi kegiatan industri di mata masyarakat, sebab pengungkapan kegiatan sosial ini membuktikan tingkatan disiplin industri.

#### e. Teori Siklus Hidup

Dickinson (2011) menjelaskan Teori siklus hidup (*life cycle theory*) terdiri dari banyak produk yang tumpang tindih, tetapi berbeda dan perusahaan dapat beroperasi di industri yang beragan dengan beberapa lini nilai produk. Hal ini dimungkinkan untuk setiap produk dan segmen industri individu perusahaan untuk melewati tahap siklus hidup yang berbeda, sehingga sulit untuk menggambarkan secara akurat transisi tahap siklus hidup di tingkat. Ada beberapa model siklus hidup yang digunakan oleh para peneliti yaitu model lima tahap, empat tahap, dan tiga tahap. Teori siklus hidup perusahaan, yang berasal dari teori siklus hidup produk, dalam disiplin akuntansi dan keuangan seperti yang dapat diamati dalam studi seminal oleh Miller dan Friesen (1984), Fama dan French (2001), De Angelo et al. (2006) dan Dickinson (2011). Produk memiliki 4 tahap siklus hidup yaitu

*introduction, growth, mature, dan decline.* Begitu juga dengan perusahaan, perusahaan memiliki siklus hidup seperti halnya dengan produk. Pada saat *introduction*, perusahaan baru diperkenalkan sebagai bisnis yang kecil. Sebagian besar cepat gagal karena eksekutif tidak memahami kebutuhan pasar dan tidak mengetahui bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut serta tidak memiliki bakat pengusaha. Tetapi jika perusahaan tersebut sukses, penjualan mulai bertumbuh. Pada tahap *growth*, perusahaan mulai memenuhi kebutuhan pasar dan pertumbuhannya cepat. Pertumbuhan ini merupakan hasil dari pemenuhan kebutuhan pasar yang lebih baik daripada kompetisi dan semangat usaha dari pendiri perusahaan tersebut.

Pada tahap *mature*, perusahaan digambarkan seperti orang dewasa. Perusahaan memasuki tahap dimana para manajernya mulai profesional. Tetapi umur perusahaan tidak panjang lagi dan mengarah pada tahap akhir dalam siklus hidup perusahaan. Ada beberapa perusahaan yang tetap berada pada tahap ini untuk jangka waktu yang panjang tapi ada juga yang mengarah pada kebangkrutan. Tahap terakhir dari siklus hidup perusahaan adalah *decline*. Pada tahap ini perusahaan mengalami penurunan, penurunan, dan penurunan. Perusahaan akan menghentikan kegiatannya. Perusahaan akan meninggalkan bisnisnya. Seluruh harapan dan mimpi yang berkaitan dengan perusahaan akan hilang. Pada tahap setelah *mature*, ada perusahaan yang tidak memasuki tahap *decline* tetapi tetap berada pada posisi yang stabil (*stagnant*) (Ayuningtiyas, 2010).

## 2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibangun oleh permohonan serta permintaan di pasar modal yang memantulkan evaluasi warga kepada kemampuan perusahaan( Harmono, 2011).

Nilai perusahaan bisa diukur lewat nilai harga saham di pasar, berlandaskan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang menggambarkan refleksi penghitungan oleh masyarakat kepada kemampuan perusahaan secara riil. Dibilang dengan cara riil sebab terjadinya harga di pasar ialah bertemunya titik- titik kestabilan kekuatan permintaan serta titik- titik stabilitas kekuatan permintaan harga yang dengan cara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para pedagang( emiten) serta para penanam modal, ataupun kerap diucap selaku ekuilibrium pasar. Dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar diucap sebagai teori nilai perusahaan.

Nilai perusahaan didefinisikan 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 meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. (Ramona, 2017).

Industri umumnya lebih menekankan pada kenaikan nilai perusahaan dari kenaikan keuntungan. Perbandingan antara mengoptimalkan nilai( value) perusahaan dengan mengoptimalkan keuntungan( profit) industri( Kasmir, 2008: 196) ialah:

- 1) Maksimalisasi nilai perusahaan memperkirakan tingkatan resiko serta arus pemasukan, sebaliknya maksimalisasi laba tidak.
- 2) Buat mengoptimalkan nilai perusahaan kita wajib memperkirakan arus keuntungan periode panjang serta nilai masa dari uang, cuma saja maksimalisasi keuntungan dalam periode panjang merugikan industri.
- 3) Maksimalisasi nilai menjauhi permasalahan perbandingan mutu pada arus anggaran, nilai keuntungan lebih bermacam- macam yang tergantung pada kebiasaan akuntansi yang dipakai serta mengutamakan pada arus kas ataupun anggaran bukan terkait pada wujud pengukuran keuntungan.

Nilai perusahaan pada riset diprosikan dengan price to book value. Price to book value( PBV) menjabarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham sesuatu industri. Rumus Price Book Value menurut (Rahayu & Bida Sari,2018) yaitu :

$$Price\ Book\ Value = \frac{Harga\ Pasar\ Perlembar\ Saham}{Nilai\ Buku\ Perlembar\ Saham}$$

Kian besar perbandingan ini berarti pasar yakin akan peluang industri itu. Dalam membagi PBV dibutuhkan harga saham, dimana Widodoatmojo( 2005: 54) melaporkan kalau harga saham mempunyai beberapa tipe yakni:

- 1) Harga Nominal

Harga yang tertera dalam lisensi saham yang diresmikan oleh emiten buat memperhitungkan tiap lembar saham yang dikeluarkan.

- 2) Harga Perdana

Harga ini ialah pada periode harga saham itu dicatat di bursa efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penanggung emisi (underwrite) serta emiten. Dengan begitu bakal dikenal berapa harga saham emiten itu hendak dijual pada publik umumnya buat memastikan harga pertama.

### 3) Harga Pasar

Kalau harga perdana merupakan harga jual dari perjanjian emisi kepada investor, maka harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain. Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatat di bursa. Transaksi disini tidak lagi melibatkan emiten dari pejamin emisi harga ini yang disebut sebagai harga di pasar sekunder dan harga inilah yang benar-benar mewakili harga perusahaan penerbitnya, karena pada transaksi di pasar sekunder kecil sekali terjadi negosiasi harga investor dengan perusahaan penerbit. Harga yang setiap hari diumumkan di surat kabar atau media lain adalah harga pasar.

### 4) Harga Pembukaan

Harga pembukaan adalah harga yang diminta oleh penjual atau pembeli pada saat jam bursa dibuka. Harga pembukaan bisa menjadi harga pasar, begitu juga sebaliknya harga pasar mungkin juga akan menjadi harga pembukaan. Namun tidak selalu terjadi.

### 5) Harga Penutupan

Harga penutupan merupakan harga yang diharapkan oleh pedagang ataupun konsumen pada saat akhir hari bursa. Pada kondisi begitu, dapat

terjadi pada saat akhir hari bursa seketika terjalin bisnis atas suatu saham, sebab terdapat perjanjian antar pedagang serta konsumen. Jika ini yang terjalin hingga harga penutupan itu sudah jadi harga pasar. Tetapi begitu, harga ini tetap menjadi harga penutupan pada hari bursa itu.

#### 6) Harga Tertinggi

Harga tertinggi suatu saham merupakan harga yang sangat besar yang terjalin pada hari bursa. Harga ini bisa terjalin bisnis atas sesuatu saham lebih dari satu kali tidak pada harga yang serupa.

#### 7) Harga Terendah

Harga terendah suatu saham merupakan harga yang sangat kecil yang terjalin pada pasar. Harga ini bisa terjalin bila terjalin bisnis atas sesuatu saham lebih dari satu kali tidak pada harga yang serupa.

#### 8) Harga Rata-Rata

Harga rata-rata merupakan perataan dari harga tertinggi dan terendah.

### **3. *Corporate social responsibility (CSR)***

#### *a. Defenisi*

Menurut Crisóstomo et al (2011), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dikaitkan dengan spektrum yang luas dari hubungan antara korporasi dan berbagai pemangku kepentingannya, serta dengan lingkungan. Yang dimaksud dengan hubungan yang kuat adalah dengan beberapa pemangku kepentingan, klien dan masyarakat pada umumnya, dan bahkan dengan pemegang saham, merupakan bagian dari lingkup CSR. Kinerja CSR perusahaan dianggap sebagai respons dari

tekanan sosial, relatif terhadap tuntutan pemangku kepentingan dan harapan, kepedulian lingkungan, dan tuntutan sosial yang menjadi ciri dimensi CSR. Dimensi CSR yang paling umum secara eksplisit adalah karyawan, pemasok, dan pelanggan, misalnya. Dimensi lingkungan mengacu pada bagaimana operasi bisnis khawatir tentang lingkungan alam. Dan dimensi sosial dari CSR yang terkait dengan bagaimana perusahaan berkontribusi pada masyarakat yang lebih baik dengan mengintegrasikan bisnis dengan kepedulian sosial. CSR merupakan salah satu yang diusulkan pada tahun 2001 oleh Komisi Komunitas Eropa yang melaporkan kalau CSR merupakan Suatu rancangan dimana industri menggabungkan sosial serta lingkungan keprihatinan dalam pembedahan bidang usaha mereka serta dalam interaksi mereka dengan pengelola kebutuhan mereka yang dicoba dengan cara ikhlas.

Bagi Paynter et al( 2018), Corporate social responsibility( CSR) merupakan suatu rancangan dimana industri menggabungkan kepedulian sosial serta lingkungan dalam pembedahan bidang usaha mereka serta dalam interaksi mereka dengan pengelola kebutuhan( stake holders) mereka dengan cara ikhlas. Sedangkan setiap perusahaan besar harus dianggap sebagai usaha sosial, yang artinya yaitu suatu entitas yang keberadaan dan keputusannya dapat dibenarkan sejauh mereka melayani tujuan publik atau sosial.

Huang & Watson (2015), mendefinisikan CSR sebagai upaya perusahaan untuk mematuhi dengan sukarela terlibat dalam tindakan yang tampaknya memajukan beberapa kebaikan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan itu yang diwajibkan oleh hukum . Hal ini berarti menggabungkan ekonomi, tanggung jawab

hukum, etika, dan filantropi ke dalam pengambilan keputusan perusahaan dan itu mewakili potensi keberangkatan dari teori pemegang saham, di mana perusahaan berusaha untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham dalam batasan hukum dan norma sosial dasar. Tanggung jawab sosial perusahaan menarik karena menunjukkan bahwa perusahaan termotivasi untuk membuat keputusan yang tidak selalu jelas memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Di bawah pemangku kepentingan teori yang disarankan oleh beberapa ahli CSR, perusahaan mencapai keseimbangan antara kepentingan pemegang saham dan kepentingan pemangku kepentingan lainnya.

CSR merupakan gabungan dari tiga kata : *Corporate, Social, dan Responsibility*. Yang dimaksud dari ketiga kata ini adalah CSR mencakup hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi. CSR juga merupakan tanggung jawab yang tidak bisa lepas baik dari sisi perusahaan maupun dari sisi masyarakat.

#### *b. Pengukuran*

Menurut Benlemlih (2019) pengukuran CSR di Amerika adalah dengan menggunakan indikator MSCI ESG, sedangkan menurut (Fuente et al., 2017) indikator pengungkapan CSR di Indonesia bersumber pada pada standar *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu sebagai berikut :

1. Indikator kategori ekonomi, yang terdiri dari 9 poin
2. Indikator kategori lingkungan, yang terdiri dari 34 poin.
3. Indikator kategori sosial, yang terdiri dari 16 poin.

4. Indikator kategori Hak Asasi Manusia ( HAM ), yang terdiri dari 12 poin.
5. Indikator kategori masyarakat, yang terdiri dari 11 poin.
6. Indikator kategori tanggung jawab atas produk, yang terdiri dari 9 poin.

Perkiraan variabel ini dicoba oleh periset dengan mengukur pengungkapan sosial laporan tahunan yang dicoba dengan pengamatan perihal ada tidaknya sesuatu item data yang ditetapkan dalam informasi tahunan dengan dugaan tiap yang dikatakan sudah dicoba.

Perhitungan CSR dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Skor 0 : apabila item informasi tidak ada dalam laporan

Skor 1 : apabila item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan.

Metode indikator informasi sosial buat menghitung pengungkapan sosial industri, ialah:

$$\text{Indeks CSR} = \frac{\text{Jumlah skor pengungkapan CSR}}{\text{Jumlah skor maksimal}}$$

Menurut Global Reporting Initiative( GRI), keseluruhan indikator pengungkapan CSR mempunyai jumlah angka maksimum 91 angka.

#### **4. Siklus Hidup Perusahaan**

Siklus hidup perusahaan adalah suatu grafik yang menggambarkan riwayat perusahaan sejak perusahaan itu berdiri sampai dengan ditarik dari pasaran atau

bangkrut. Siklus hidup perusahaan sebagai suatu konsep mengenai dinamika bersaing dari suatu perusahaan. Purnama Sari (2012) siklus hidup perusahaan dianggap sebagai nilai strategik bagi suatu perusahaan, maka seorang manajer harus dapat menentukan dimana posisi perusahaan pada tahapan siklus hidup perusahaan.

Menurut Quinn dan Cameron (1983) ada beberapa model life cycle yang digunakan oleh para peneliti yaitu model lima tahap, empat tahap, dan tiga tahap. Menurut Ayungnitiyas (2020) mengklasifikasikan life cycle perusahaan ke dalam empat tahap, yaitu start-up, growth, mature, dan decline) dengan menyebut tahap pioneering sebagai tahap start-up dan tahap expansion sebagai tahap growth. Siklus hidup perusahaan ini diproksikan dengan nilai rasio Retained Earning to Total Equity (RETE) yang dikemukakan oleh DeAngelo et al. (2006). Rasio ini menunjukkan proporsi laba ditahan pada total ekuitas. Semakin tinggi proporsi laba ditahan perusahaan dalam total ekuitasnya maka tahap siklus hidup perusahaan semakin kearah fase kedewasaan (mature). Adapun rumus yang digunakan dalam menghitung rasio Retained Earnings to Total Equity (RETE) adalah :

Rumus siklus hidup perusahaan yaitu (DeAngelo et al, 2006)):

$$\text{Retained Earnings to Total Equit (RETE)} = \frac{\text{Saldo Laba}}{\text{Total Ekuitas}}$$

## 5. Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan variabel yang dikendalikan sehingga pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Variabel kontrol digunakan untuk mengontrol hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, karena variabel kontrol diduga ikut

berpengaruh terhadap variabel bebas (Retno dan Priantinah, 2012). Terdapat dua variabel kontrol dalam penelitian ini antara lain:

a. Ukuran Perusahaan (*Firm Size* )

Ukuran perusahaan atau *firm size* adalah skala dimana dapat digolongkan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Karena semakin besar pula ukuran perusahaan itu, ketiga variabel tersebut digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut (Sudamarji, 2007). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*) (Suwito, 2005). Perusahaan besar cenderung mendapat perhatian lebih dari masyarakat luas. Dengan demikian, biasanya perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk selalu menjaga stabilitas dan kondisi perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan variabel kontrol yang diberi simbol *size*. Variabel ini diukur dari natural log total assets perusahaan (Lanis dan Richardson, 2013). Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan (*size*) diukur menggunakan Ln total asset. Menggunakan Ln asset sebab perusahaan sampel dalam penelitian ini memiliki jumlah asset yang bervariasi karena perbedaan ukuran perusahaan.

b. *Leverage*

*Leverage* menurut Novari (2016) adalah alat penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. *Leverage* yang semakin besar menggambarkan resiko investasi yang besar juga. Dalam hal ini, *leverage* perlu pengelolaan yang baik,

karena aktifitas dapat diukur melalui *Debt to Total Aset Ratio* (DAR). Rasio ini mengukur seberapa besar bagian dari keseluruhan aktiva yang menggunakan utang untuk berbelanja. Semakin rendah nilai DAR, maka tingkat keamanan dananya semakin baik, dan semakin aman pula pencatatan transaksi keuangannya. Hal ini lantaran rasio utang menerangkan sejauh mana utang yang sanggup ditutupi oleh aktiva. Adapun rumus *Debt to Total Aset Ratio* (DAR), yaitu :

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

## 6. Hubungan Antar Variabel

### a. Pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan

Agustina( 2013), pengungkapan CSR diharapkan bakal sanggup meningkatkan nilai perusahaan. Sebab aktivitas CSR ialah keberpihakan industri kepada masyarakat. Alhasil masyarakat bakal sanggup memilah produk yang bagus yang ditaksir tidak cuma barangnya saja, namun pula lewat aturan menjalankan perusahaannya. Aktivitas CSR sendiri ialah bagian dari aturan menjalankan industri yang bagus. Pada saat masyarakat yang jadi konsumen mempunyai evaluasi yang positif kepada industri, hingga mereka hendak patuh kepada produk yang diperoleh. Alhasil perihal ini hendak sanggup meningkatkan pandangan industri yang digambarkan lewat harga saham yang hendak bertambah.

Rustiarini( 2010), menyatakan kalau industri bakal menyampaikan suatu informasi apabila informasi itu bisa tingkatan nilai perusahaan. Industri bisa memakai informasi tanggung jawab sosial selaku kelebihan bersaing industri.

Industri yang mempunyai kemampuan lingkungan serta sosial yang bagus hendak direspon positif oleh penanam modal lewat kenaikan harga saham.

Menurut Nguyen (2022) menjelaskan bahwa CSR memiliki dampak negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Manajer dapat menggunakan CSR sebagai alat untuk meningkatkan citra mereka dengan melakukan tanggung jawab sosial. Pandangan ini dapat dijelaskan melalui teori keagenan; biaya keagenan terjadi karena adanya hubungan kontraktual antara pemegang saham (principal) dan manajer (agent). Jensen dan Meckling (1976) menempatkan konsepsi asli biaya agensi ini, dengan teori agensi menjadi dasar untuk studi selanjutnya dalam tata kelola perusahaan. Konflik antara perwakilan dan prinsipal juga menyebabkan perubahan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Dari perspektif ini, CSR dianggap sebagai alat bagi manajer untuk memaksimalkan kepentingan mereka daripada keuntungan perusahaan. Jadi, CSR bukanlah masalah utama dalam menyiapkan strategi pengembangan atau operasi. Karena manajer tidak akan terlalu memperhatikan CSR, mereka dapat mempertimbangkan CSR berdampak negatif terhadap Nilai Perusahaan.

Di sisi lain, hubungan positif antara CSR dan *Corporate Finance Performance* terutama ditemukan dalam beberapa penelitian. Teori agensi dan *stakeholder* dipilih untuk menjelaskan persoalan ini. Investasi yang lebih tinggi dalam kegiatan CSR dapat dikaitkan dengan dampak penyelarasan pada peserta CSR yang ingin menyelaraskan kepentingan mereka dengan kepentingan pemegang saham eksternal, yang mengarah ke kinerja keuangan jangka panjang yang lebih tinggi (Anderson dan Reeb, 2003; Chengdkk.,2012). Dari perspektif teori

keagenan, pengungkapan CSR dapat mengurangi masalah informasi asimetris antara manajer dan pemegang saham dengan menawarkan informasi kepada pemegang saham sehubungan dengan bagaimana perusahaan telah memperlakukan karyawannya, masyarakat dan lingkungannya menurut Jennifer Ho dan Taylor, (2007) sehingga menghasilkan pertumbuhan Nilai perusahaan. Selain teori keagenan, teori *stakeholder* dianggap sebagai salah satu teori paling penting yang mendukung pengembangan bidang penelitian tentang pengungkapan CSR, yang pertama kali diperkenalkan oleh Freeman (1984). Freeman (1984) awalnya menjelaskan teori pemangku kepentingan 'adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi.' Kita dapat memahami konsep "*stakeholder*" sebagai seseorang atau organisasi yang tertarik pada suatu perusahaan dan dapat mempengaruhi atau dipengaruhi olehnya. Jelas, pemangku kepentingan perusahaan menyediakan bisnis dengan sumber daya penting yang diperlukan untuk produksi, operasi dan pertumbuhan menurut Brown dan Forster (2013). Akibatnya, jika sebuah perusahaan ingin bertahan, berkembang dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya, ia harus bergantung pada pemangku kepentingan serta menjalin hubungan yang erat dengan mereka Harjoto (2015) & Galbreat (2018). Sebagai tambahan, Hammandkk. (2009) tersirat bahwa memiliki hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan perusahaan adalah kunci bagi manajer untuk meningkatkan *Corporate Finance Performance*.

#### **b. Pengaruh Siklus Hidup terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan teori sinyal, nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif. Hal ini disebabkan karena manajemen memberikan sinyal mengenai informasi tentang kinerja dan prospek perusahaan yang dimilikinya kepada investor. Siklus hidup perusahaan dibagi jadi 4 tingkatan dalam siklus hidup perusahaan yakni start- up, growth, mature serta decline( Weston& Brigham, 1984). Pada langkah start- up, industri mempunyai pengeluaran dalam jumlah besar buat memberitahukan produknya dan melaksanakan pemodalannya. Daya tampung penjualan masih rendah sebab sedang dalam langkah pengenalan. Tingginya pengeluaran yang tidak cocok dengan daya tampung penjualan yang kecil menimbulkan industri hadapi kehilangan. Pada langkah ini, penanam modal sedang belum dapat memandang bagaimana masa depan industri ke depannya alhasil penanam modal condong ragu buat mendanakan akibatnya nilai perusahaan pada langkah ini masih rendah.

Pada langkah growth, kapasitas penjualannya bertambah sebab industri telah mempunyai pangsa pasar. Investasi sedang dicoba dengan cara besar- besaran. Walaupun pengeluaran sedang besar tetapi bisa diimbangi dengan pertambahan penjualan alhasil industri mulai mendapatkan keuntungan. Ekspektasi penanam modal kepada industri yang lagi berkembang relatif besar, sebab apabila industri sanggup menggunakan kesempatan yang ada, industri hendak masuk pada langkah mature. Tidak hanya itu, penanam modal berambisi mendapatkan capital gain( Murhadi, 2012). Kedua perihal ini menimbulkan industri direspon positif oleh penanam modal alhasil angka industri juga bertambah.

Pada langkah mature, perkembangan industri stagnan tetapi sebab sudah memahami pangsa pasar maka kapasitas pemasaran senantiasa besar. Pengeluaran perusahaan buat pemodalan sudah menyusut diiringi dengan tingginya nilai pemasukan menimbulkan industri mendapatkan keuntungan dalam jumlah besar. Di langkah ini biasanya industri memberikan dividen yang besar. Penanam modal berekspektasi menemukan deviden dalam jumlah yang relatif besar alhasil penanam modal menyukai buat mendanakan di industri dalam langkah mature serta nilai perusahaan juga bertambah( Murhadi, 2012).

Pada langkah decline, kompetisi terus menjadi tajam serta terjalin kejenuhan akan permintaan alhasil kapasitas penjualan menurun signifikan serta perusahaan hadapi kerugian. Penanam modal merespon negatif perusahaan dalam langkah decline sebab bila perusahaan tidak bisa melaksanakan koreksi hingga perusahaan mempunyai kemampuan ambruk. Akhirnya penanam modal kurang menggemari buat mendanakan di industri dalam langkah decline alhasil nilai perusahaan turun.

## B. Penelitian Terdahulu

Berikut adalah ringkasan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini yang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

<b>Nama dan Tahun Penelitian</b>	<b>Variabel Dependen</b>	<b>Variabel Independen</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Maretno (2009)	- Nilai perusahaan	- Kekuasaan CEO - Siklus hidup	- Uji Univariat - Korelasi Bivariat	- CEO → (+) nilai dan kinerja perusahaan

	- Kinerja perusahaan					pada tahap awal perusahaan - CEO → (-) nilai perusahaan dan kinerja operasi pada tahap akhir perusahaan
Katsyarina (2020)	- Nilai perusahaan - Persepsi produk	- CSR	- Analisis Regresi			- CSR → (+) persepsi produk - CSR → (+) nilai perusahaan
Nguyen (2022)	- Nilai perusahaan	- CSR - Siklus hidup perusahaan	- Regresi kuadrat terkecil			- CSR → (+) nilai perusahaan - Nilai perusahaan → (+) CSR pada tahap pertumbuhan - Nilai perusahaan → CSR bersifat kompleks pada fase penurunan.
Tiffany (2021)	- Nilai perusahaan	- CSR - Siklus Hidup	- Regresi berganda - Analisis sensitivitas			- CSR → (+) nilai perusahaan - Tahap pertumbuhan → (+) nilai perusahaan - Tahap kedewasaan → (+)

						nilai perusahaan
						- Tahap decline dimensi lingkungan dan tata kelola csr (+)
Syadeli M (2017)	Nilai perusahaan	- Kinerja keuangan - CSR		- Uji analisis deskriptif - Uji asumsi klasik - Uji regresi berganda		- ROA tidak berpengaruh → nilai perusahaan - ROE berpengaruh → nilai perusahaan - CSR tidak berpengaruh → nilai perusahaan
Wirarawan, Falah, Kusumadewi, Adhariani & Djakman (2020)	Nilai Perusahaan	- CSR - Manajemen risiko		Analisis regresi data panel		- CSR (+) → nilai perusahaan - Manajemen risiko memoderasi antara CSR → nilai perusahaan
Servin & Juniarti (2014)	- Profitabilitas - Nilai perusahaan	- Family control - Firm size - Firm risk - Firm life cycle		- Uji asumsi klasik - Penilaian Goodness of fit model		- Family kontrol berpengaruh → profitabilitas dan nilai perusahaan - Firm Size (+) → profitabilitas dan nilai perusahaan

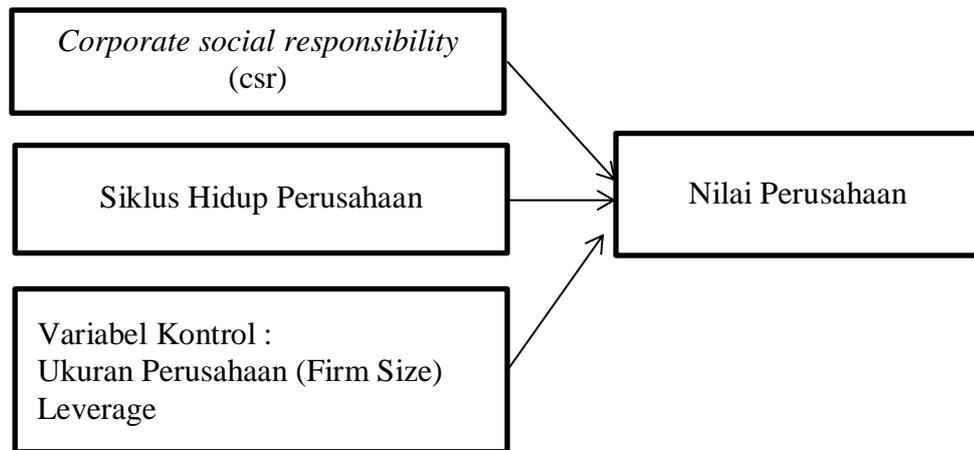
					<ul style="list-style-type: none"> <li>- Firm risk (-) → profitabilitas dan nilai perusahaan</li> <li>- Firm life cycle berpengaruh → nprofitabilitas dan nilai perusahaan</li> </ul>
Senduk. M, Mangantar . M, & Saerang. I (2016)	Nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensitivity to market risk</li> <li>- Siklus hidup perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uji asumsi klasik</li> <li>- Uji regresi linear berganda</li> <li>- Uji f dan Uji T</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SM → nilai perusahaan</li> <li>- SH → nilai perusahaan</li> </ul>	
Seth. R & Mahenthiran. S (2022)	Nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dividen</li> <li>- CSR</li> </ul>	Analisis regresi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dividen → nilai perusahaan</li> <li>- CSr → nilai perusahaan</li> </ul>	

---

### **C. Kerangka Konseptual**

Menurut teori keagenan bahwa biaya keagenan terjadi karena adanya hubungan kontraktual antara pemegang saham (principal) dan manajer (agent). Jensen dan Meckling (1976) menempatkan konsepsi asli biaya agensi ini, dengan teori agensi menjadi dasar untuk studi selanjutnya dalam tata kelola perusahaan. Konflik antara perwakilan dan prinsipal juga menyebabkan perubahan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Dari perspektif ini, CSR dianggap sebagai alat bagi manajer untuk memaksimalkan kepentingan mereka daripada keuntungan perusahaan. Jadi, CSR bukanlah masalah utama dalam menyiapkan strategi pengembangan atau operasi. Karena manajer tidak akan terlalu memperhatikan CSR, mereka dapat mempertimbangkan CSR berdampak negatif terhadap Nilai Perusahaan.

Pada teori sinyal, informasi yang diberikan perusahaan akan direspon oleh investor untuk menjadi acuan berinvestasi, begitu juga dengan informasi nilai perusahaan yang akan dilihat investor. Artinya kondisi nilai perusahaan yang baik membuat investor memberikan nilai plus dan memberikan sumber pendanaan untuk perusahaan yang akan digunakan untuk menghasilkan penjualan serta profitabilitas yang lebih tinggi. Kemudian tahapan siklus hidup perusahaan juga akan menjadi pertimbangan apakah terdapat pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

#### **D. Hipotesis**

H1 : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2 : Siklus Hidup berpengaruh terhadap nilai perusahaan

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab 5 ini akan dijelaskan bagaimana hasil dari penelitian. Adapun uraian yang akan dijelaskan dalam penelitian ini yaitu bagaimana simpulan dari penelitian ini dan saran-saran apa saja bagi pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian ini.

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini melihat pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019. Berdasarkan pendahuluan kajian teori dan pengolahan data serta pembahasan terkait hasil pengolahan data yang telah dikaji pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. *Corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2019.
2. Siklus hidup perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2019.

#### **B. Saran**

1. Bagi peneliti selanjutnya, dengan adanya penelitian mengenai pengaruh CSR dan Siklus hidup perusahaan terhadap nilai perusahaan yang

dampaknya lebih besar dan akan lebih berguna dari apa yang peneliti temui. Dengan mengganti variabel dependen maupun variabel independen, ataupun objek penelitian.

2. Bagi investor, harus lebih memperhatikan nilai CSR perusahaan, karena CSR memiliki pengaruh yang penting juga terhadap nilai perusahaan dalam jangka waktu panjang. Untuk manajemen perusahaan untuk lebih melihat lagi bahwa CSR juga di perlukan untuk menilai perusahaan agar terlihat bahwa perusahaan tersebut transparansi dalam pengungkapan laporan keuangan.
3. Bagi perusahaan, perusahaan harus memperhatikan juga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan agar jadi bahan pertimbangan untuk pengelolaan perusahaan dimasa yang akan datang.