

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Corporate Social Responsibility (CSR)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yakni tanggung jawab moral suatu organisasi bisnis terhadap kelompok yang menjadi *stakeholder*-nya yang terkena pengaruh baik secara langsung maupun secara tidak langsung dari operasi perusahaan.¹ CSR *Chambers*² mengungkapkan bahwa CSR yaitu melakukan tindakan sosial termasuk kepedulian terhadap lingkungan hidup, lebih dari batas-batas yang dituntut peraturan perundang-undangan. Menurut *Trinidads dan Tobacco Bureau Of Standards*³ CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat yang lebih luas.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD)⁴ mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika keperilakuan (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). Komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat

¹ Fajar Nursahid, 2006, *Tanggung Jawab Sosial BUMN*, Depok: Piramedia, hlm: 12.

² Reza Rahman, *op. cit.*, hlm: 10.

³ *Ibid*

⁴ Muh. Arif Efendi, *op. cit.*, hlm: 107

luas. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat komitmen penuh dari *top management* perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas publik. Dalam era globalisasi, kesadaran akan penerapan CSR menjadi penting seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat terhadap produk (barang) yang ramah lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah bagian dari etika dalam berorganisasi. Jones⁵ mengemukakan bahwa etika organisasi adalah nilai-nilai moral, keyakinan, dan aturan yang menentukan bagaimana para *stakeholder* organisasi memperlakukan satu sama lain dalam suatu lingkungan organisasi. Etika berkembang melalui negosiasi, kompromi dan *bergaining* antar *stakeholder* organisasi sehingga muncul nilai-nilai, keyakinan maupun aturan yang dipahami dan dipraktikan bersama dalam lingkungan organisasi. Menurut Jones,⁶ perusahaan dikatakan etis apabila orang yang didalamnya juga etis. Ia juga merumuskan ukuran bagaimana seorang atau organisasi dikatakan etis, yaitu *pertama*, membuat keputusan atau bertindak atas dasar nilai-nilai standar yang berlaku pada lingkungan yang bersangkutan. *Kedua*, bersedia mengkomunikasikan keputusan tersebut kepada seluruh pihak yang terkait dengan keputusan tersebut. *Ketiga*, yakin bahwa orang lain mempunyai hubungan personal signifikan atau setuju dengan keputusan tersebut, kemudian keputusan tersebut diterima dengan alasan-alasan etis.

⁵ Fajar Nursahid, *op. cit.*, hlm: 12

⁶ *Ibid*, hlm: 12

Dalam pengertian terbatas, tanggung jawab sosial perusahaan dipahami sebagai upaya untuk tunduk dan memenuhi hukum dan aturan main yang ada. Menurut *Friedman*,⁷ CSR ada satu dan hanya satu tanggung jawab sosial bisnis, yaitu menggunakan seluruh sumber dayanya untuk aktivitas yang mengabdikan pada akumulasi laba. Perusahaan dalam pandangan *Friedman*, adalah alat dari para pemegang saham (pemilik perusahaan). Maka apabila perusahaan akan memberikan sumbangan sosial, hal itu akan dilakukan oleh individu pemilik, atau lebih luas lagi, individu para pekerja, bukan oleh perusahaan itu sendiri. Dalam pengertian luas, CSR dipahami sebagai konsep yang lebih manusiawi, dimana suatu organisasi dipandang sebagai agen moral. Oleh karena itu, dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah elemen dalam organisasi harus menjunjung tinggi moralitas. Dengan demikian, walaupun tidak ada aturan hukum atau etika masyarakat yang mengatur, tanggung jawab sosial dapat dilakukan dengan berbagai situasi dengan mempertimbangkan hasil terbaik atau yang paling sedikit merugikan *stakeholder*-nya.

Berdasarkan prinsip moral, tindakan tepat yang dilakukan perusahaan adalah dengan sendirinya akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat. Mengapa masyarakat? karena keberadaan perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Ada beberapa hal, *pertama*, pendiri dan pemilik perusahaan adalah individu yang merupakan bagian dari masyarakat, demikian pula dengan eksekutif dan karyawannya. *Kedua*, tujuan perusahaan

⁷ *Ibid*

untuk menghasilkan keuntungan tidak mungkin tercapai tanpa adanya masyarakat yang menjadi pasar bagi produknya (konsumen).

Agar tercipta manfaat yang lebih, maka CSR harus diimplementasikan secara *sustainable* (keberlanjutan), yang nantinya akan dilaporkan dalam bentuk *sustainable reports* (laporan berkelanjutan). *Sustainable reports* adalah laporan yang bersifat nonfinansial yang dapat dipakai sebagai acuan oleh perusahaan untuk melihat pelaporan dari dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan.⁸ Keberlanjutan di bidang sosial manusia erat kaitannya dengan pemeliharaan kualitas sumber daya manusia secara individual seperti kesehatan, pendidikan, keterampilan, kepemimpinan, dan pengetahuannya. Di bidang sosial secara umum adalah suatu bentuk pemeliharaan secara kolektif, melalui partisipasi secara sistematis semua komponen masyarakat, baik dalam bentuk kerja sama komunitas, hubungan antar kelompok dalam masyarakat, pertukaran, toleransi, etika, pertemanan, kejujuran, yang berwujud pada aturan-aturan hukum dan disiplin kearah kebersamaan dan kesetaraan. Keberlanjutan di bidang lingkungan hidup dapat diartikan sebagai kepedulian manusia akan kelestarian sumber daya alam yang sangat terbatas. Manusia harus mengoptimalkan antara kebutuhan dan sumber daya yang ada serta melestarikannya dan menjamin tersedianya sumber daya bagi generasi berikutnya. Keberlanjutan dibidang ekonomi maksudnya adalah penggunaan sumber daya modal secara efisien dan menjamin produktivitas investasi dan pertumbuhan yang wajar dari seluruh sektor.

⁸ Muh. Arief Effendi, *op. cit.*, hlm: 109.

Pembangunan keberlanjutan akan terwujud jika semua pihak mendukungnya baik dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan.⁹ Berikut ini tabel mengenai pihak yang ikut andil dalam pembangunan keberlanjutan.

Tabel 2.1

Pihak Internal dan Eksternal

<p>A. Di dalam perusahaan terdiri dari: Pemilik saham/investor Pensiunan karyawan Pemegang dana Manager penyandang dana</p>	<p>B. Karyawan terdiri dari: Karyawan baru Karyawan lama Karyawan minoritas Pensiunan Karyawan dengan keluarganya Perusahaan</p>
<p>C. Costumer terdiri dari: Individu pembeli Pasar tradisional Lembaga konsumen Asosiasi konsumen</p>	<p>D. Korporat terdiri dari: Pemasok (<i>suplier</i>) <i>Competitor</i> Asosiasi korporat Asosiasi keuangan</p>
<p>E. Komuniti terdiri dari : Penduduk yang tinggal dekat dengan usaha Asosiasi masyarakat (RT, RW, karang taruna, perkumpulan petani, dll) Organisasi amal Sekolah dan universitas Kelompok-kelompok kepentingan</p>	<p>F. Media masa terdiri dari Wartawan Kolumnis</p>
<p>G. Lingkungan terdiri dari : Lingkungan alam Spesies bukan manusia Generasi mendatang Ilmuan Kelompok-kelompok lingkungan (GNO)</p>	<p>H. Pemerintah terdiri dari : Pengambil keputusan (DPRD, DPR) Pemerintah daerah</p>

Sumber: Faisal, 2006

Salah satu cara mengakomodir *stakeholder* terkait adalah dengan cara menjalankan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang merupakan

⁹ Faisal Badroen, 2006, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, hlm: 189

komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara luas melalui program yang berkesinambungan yang melibatkan semua *stakeholder* terkait.

Wujud Program CSR tidak hanya berupa bantuan-bantuan yang sifatnya jangka pendek, seperti bantuan pembangunan jalan, bantuan pembangunan sarana ibadah, atau bantuan perayaan hari-hari besar nasional, akan tetapi berupa program pemberdayaan masyarakat yang dalam jangka waktu yang panjang dapat memberikan perubahan kesejahteraan masyarakat, seperti: pembuatan koperasi simpan pinjam, pemberian beasiswa, program orang tua asuh bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan lain-lain.

Pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan akan memberikan dampak positif tidak hanya bagi operasional perusahaan saja, akan tetapi juga bagi kelangsungan eksistensi perusahaan untuk jangka panjang, keuntungan yang dapat diraih melalui program ini antara lain: dapat mengurangi biaya, mengurangi risiko, membentuk reputasi (nilai), membangun modal sosial, dan meningkatkan akses pasar yang lebih luas. Implementasi CSR tidak hanya sebatas pada pengguna produk saja, akan tetapi juga diimplementasikan kepada semua pihak.¹⁰ Contoh implementasi CSR, *pertama*, sebagai warga negara korporasi yang baik, perusahaan harus taat terhadap peraturan perundang-undangan, membayar pajak, dan

¹⁰ Sondang P. Siagian, 2004, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara, hlm: 134.

sebagainya. *Kedua*, dalam aspek sosial yaitu dengan cara perusahaan bersedia untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial dan juga keagamaan yang berlangsung di lingkungan masyarakat sekitar. *Ketiga*, dalam aspek lingkungan yaitu dengan berupaya untuk mengurangi polusi udara, daur ulang limbah industri, tidak mencemari air, tidak membuang limbah beracun atau bahan berbahaya lainnya. *Keempat*, dalam aspek ekonomi dengan cara membuka lapangan pekerjaan dalam rangka mengurangi angka pengangguran, pemberian bantuan kepada organisasi-organisasi sosial yang mengurus orang miskin, orang-orang jompo, orang-orang terlantar, dan yatim piatu.

Ada beberapa manfaat bagi perusahaan dalam mengimplementasikan CSR,¹¹ antara lain:

- 1) Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra/nilai (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
- 2) Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal)
- 3) Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
- 4) Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan dapat mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

¹¹ Moh. Arief Efendi, *op. cit.*, hlm: 113.

Pandangan lebih komprehensif mengenai CSR dikemukakan oleh *Carrol*,¹² yang dirangkum dalam Teori Piramida Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Menurutnya, tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat berdasarkan empat jenjang (ekonomis, hukum, etis, dan filantropis) yang merupakan satu-kesatuan. Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomis, sebuah perusahaan harus menghasilkan laba sebagai fondasi untuk dapat mempertahankan eksistensinya dan berkembang. Tanggung jawab ekonomis ini merupakan hasrat paling natural dan primitif dari perusahaan sebagai organisasi bisnis untuk mendapatkan keuntungan (laba). Namun demikian, dalam mencapai tujuan mencari laba, sebuah perusahaan juga harus bertanggung jawab secara hukum dengan mentaati ketentuan hukum yang berlaku. Upaya melanggar hukum demi memperoleh laba harus ditentang sehingga perusahaan tidak menggunakan atau menghalalkan segala cara. Secara etis perusahaan berkewajiban mempraktikkan hal-hal yang baik dan benar sesuai dengan nilai-nilai etis (nilai dan norma masyarakat). Kemudian secara filantropis perusahaan dapat mengimplementasikan tanggung jawabnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

*Steiner*¹³ mengemukakan tiga alasan penting mengapa perusahaan harus melaksanakan CSR, *pertama*, perusahaan adalah makhluk masyarakat dan oleh karenanya harus merespon permintaan masyarakat. *Kedua*, kepentingan bisnis dalam jangka panjang ditopang oleh semangat tanggung jawab sosial itu sendiri. *Ketiga*, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan

¹² Fajar Nursahid, *op. cit.*, hlm: 14

¹³ *Ibid*, hlm: 14

salah satu cara untuk mengurangi atau menghindari kritik masyarakat. *Jeremy Moon*¹⁴ mengelompokkan CSR kedalam 3 gelombang, *pertama*, keterlibatan komunitas dalam bentuk filantropi, kemitraan, sponsor, dan aliansi strategis bersama pemerintah maupun organisasi komunitas. Sementara gelombang *kedua* dan *ketiga*, yaitu dengan merefleksikan perubahan paradigmana dimana CSR merupakan refleksi bagaimana bisnis dijalankan dan menjadi bagian yang inheren di dalam kebijakan dan praktik bisnis suatu perusahaan. Proses produksi yang bertanggung jawab merujuk pada persoalan lingkungan hidup, HAM, dan ketenagakerjaan. Sedangkan hubungan pekerja merujuk pada status pekerja sebagai *stakeholder* dalam konteks pengambilan keputusan dan perumusan kebijakan secara praktik CSR itu sendiri.

Sementara itu aspek-aspek CSR dikategorikan dalam Indikator-indikator *Corporate Social Responsibility* yang terdapat di dalam *Global Reporting Initiative (GRI)*¹⁵ yang digunakan dalam penelitian yaitu :

- a. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- b. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- c. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
- e. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- f. Indikator Kinerja Produk (*product performance indicator*)

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ www.globalreporting.org

1.2. Corporate Social Responsibility Dalam Pandangan Islam

Dilihat dari kacamata etika bisnis Islam, program *corporate social responsibility* merupakan pengejawantahan dari konsep ajaran *ihsan* sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. *Ihsan* dapat didefinisikan sebagai suatu pelaksanaan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan terhadap orang lain, tanpa mengharap balas jasa dari perbuatan itu.¹⁶ Islam mengajarkan kita untuk selalu berbuat baik, sebagaimana Firman Allah dalam Al-Qur'an:



“ Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.” (QS. AL-Baqarah (2): 195).¹⁷

*Siddiqi*¹⁸ berpendapat bahwa perbuatan baik/*ihsan* lebih penting daripada perbuatan adil. Menurutnya perbuatan adil hanya merupakan *the corner stone of society*, sedangkan perbuatan *ihsan* merupakan *beauty and perfection* dalam kehidupan masyarakat. Dengan tindakan *ihsan*, kehidupan akan terasa indah dan sempurna dengan bertabur kebajikan yang menyejukan semua pihak, karena yang berlebih (mampu/kaya) secara ikhlas mau berbagi rasa dengan yang kekurangan (lemah/miskin). Dengan demikian dalam ajaran

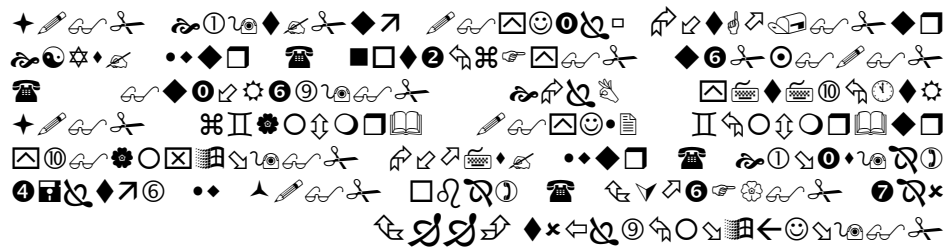
¹⁶ Muhammad Djakfar, *op. cit.*, hlm: 160.

¹⁷ Sayyid Quthb, 2000. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an di bawah naungan Al-Qur'an*, jilid 2, Jakarta: Gema Insani Press, hlm: 12-13.

¹⁸ Muhammad Djakfar, *op. cit.*, hlm: 160

ihسان terdapat nilai moral *altruistic* yang menempatkan kepentingan orang lain di atas kepentingan diri sendiri.

Disamping itu program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad,¹⁹ Allah sebagai pemilik mutlak memberikan mandat kepada manusia untuk menjadi khalifah-Nya dan penerima karunia-Nya. Manusia didorong untuk berbuat *ihسان* (baik) dan dilarang membuat kerusakan dimuka bumi, sebagaimana firman-Nya:



“ Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS. Al-Qashash:28 Ayat 77)²⁰

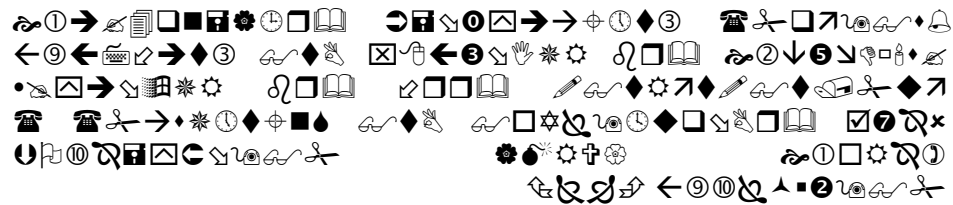
Manusia dalam hal ini juga memiliki dua dimensi tanggung jawab yaitu, *pertama*, tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhilafahan manusia (keberadaan sebagai wakil Tuhan di muka bumi). *Kedua*, konsep tanggung jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela dan tidak dicampuradukkan dengan pemaksaan. Berkaitan dengan tanggung jawab

¹⁹ *Ibid*

²⁰ Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, 2000, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur*, Vol. 4. Semarang: Pustaka Rizqi Putra, hlm: 3091-3092.

sosial perusahaan, konsep ini mengajarkan bahwa CSR bukanlah suatu paksaan, akan tetapi suatu yang bersifat sukarela, walaupun dalam kenyataan terdapat Undang-undang yang mengaturnya dan mewajibkannya.

Sebagai khalifah di bumi ini manusia dibekali kemampuan salah satunya diberi perbekalan hidup berupa harta. Hanya saja konsep kepemilikan harta oleh manusia yang tanpa batas jelas tidak dibenarkan dalam Islam. Dengan begitu Al-Qur'an telah mengutuk kaum Nabi Syu'aib yang mengambil sikap demikian itu:



Mereka berkata: "Hai Syu'aib, apakah sembahyangmu menyuruh kamu agar Kami meninggalkan apa yang disembah oleh bapak-bapak Kami atau melarang Kami memperbuat apa yang Kami kehendaki tentang harta kami. Sesungguhnya kamu adalah orang yang sangat Penyantun lagi berakal" (QS. Hud: 11 Ayat 87)²¹

Dalam sistem kapitalis, pemilik harta merasa menjadi pemilik absolut sehingga mereka merasa bebas mencari harta dan mempergunakannya sesuai yang dikehendaki tanpa memperhatikan nilai-nilai moral dan agama. Oleh karena itu, dalam kapasitasnya sebagai pemilik absolut, Allah telah menentukan kadar bagi pemilik sementara tentang apa yang harus dibagikan kepada segmen masyarakat tertentu. Kepada pemilik sementara ini, Allah perintahkan untuk mendistribusikan bagian yang dimiliki kepada orang-orang yang berhak menerimanya, karena sebagian dari harta itu ada hak bagi

²¹ Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, 1999, *Kemudahan dari Allah: ringkasan tafsir ibnu katsir*, Jakarta: Gema Insani Press, hlm: 812.

mereka. Justru karena itu Islam sangat menekankan ajaran filantropi untuk memberi ruang dan kesempatan kepada seorang muslim yang berkelebihan berbagi rasa dengan orang lain.

Menurut *Steiner*,²² terdapat sejumlah alasan mengapa perusahaan memiliki program-program filantropik atau kedermawanan sosial, yaitu: *pertama*, untuk mempraktikkan konsep “ *good corporate citizenship* “ (perilaku perusahaan kepada *stakeholder*), *kedua*, untuk meningkatkan kualitas hidup, dan *ketiga*, untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia terdidik. Zakat merupakan contoh ajaran filantropi yang diwajibkan kepada setiap pemeluk Islam yang berkemampuan, di samping itu pula ada yang disunnahkan seperti pemberian wakaf, infak, sedekah dan bentuk kebajikan lainnya. Betapa besar kepedulian Islam terhadap orang-orang yang sepatutnya dibantu (*mustad'afin*) antara lain sebagaimana sabda rasulullah SAW: “ *tidaklah beriman kepadaku, orang yang tidur kekenyangan dimalam hari, sementara tetangganya sedang ditimpa kelaparan padahal dia tahu*”. Substansi ajaran ini mengingatkan kepada umat Islam agar mempunyai kepekaan terhadap orang lain, karena hal itu merupakan parameter kadar Iman seorang terhadap Tuhannya selaku pemilik mutlak alam semesta beserta isinya. Bukankah ajaran filantropi seperti ini secara substantif bisa diimplementasikan melalui sebuah institusi bisnis yang antara lain dalam bentuk program CSR.

²² Fajar Nursahid, *op. cit.*, hlm: 21.

Berangkat dari ajaran Islam itu, seorang pembisnis muslim sejatinya dapat mengaplikasikan secara konsisten (*istiqomah*) kehendak pemilik mutlak dengan tidak menjerumuskan diri ke dalam ajaran kapitalis yang individualistis dan ajaran komunis yang terlalu mementingkan nilai kebersamaan. Seharusnya ia mampu menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional yaitu kepentingan diri (*corporate*) dan orang lain (*stakeholder*). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebajikan baik dihadapan manusia maupun Allah SWT.

1.3. Profitabilitas

Laba (profit) dalam akuntansi konvensional didefinisikan sebagai kelebihan pendapatan (*surplus*) dari kegiatan usaha, yang dihasilkan dengan mengaitkan (*matching*) antara pendapatan (*revenue*) dengan beban terkait dalam suatu periode yang bersangkutan (biasanya tahunan).²³ Dalam pandangan Islam konsep laba (*profit*) lebih mengarah pada kesejahteraan tidak hanya sebagai dasar bagi hal-hal yang berkaitan dengan keuangan secara material dan bersifat duniawi semata, sebagaimana yang dipersepsikan oleh konvensional.

Laba (*profit*) merupakan salah satu indikator bagi investor dalam menilai suatu perusahaan (yang tercermin dalam nilai sahamnya), dimana fluktuatif nilai saham tersebut tergantung pada keputusan investor apakah

²³ Muhammad Triuwono Iwan. As'udi, 2001, *Akuntansi Syari'ah Memformulasikan Konsep Laba dalam Konteks Metafora Zakat*, Jakarta: Salemba Empat, hlm: 9.

akan membeli, menjual, atau tetap akan mempertahankan investasinya. Menurut teori semakin banyak permintaan maka semakin tinggi harga dan semakin rendah permintaan maka semakin rendah pula harga, yang dalam hal ini adalah harga saham.

Menurut *Petronila dan Mukhlisin*,²⁴ profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Tingginya profit merupakan cerminan baiknya manajemen dalam mengelola perusahaan. Untuk mengukur profitabilitas perusahaan, ada beberapa macam pengukuran seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. *Ang*²⁵ mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (*profitabilitas*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Ada beberapa rasio yang dihitung dalam rasio profitabilitas, yaitu:²⁶

1. Profit Margin

Rasio ini digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.

Rasio ini juga bisa diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode

²⁴ Rimba Kusumadilaga, *op. cit.*, hlm: 25.

²⁵ Jayanti Purnasiwi, 2011, Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, hlm: 47.

²⁶ M. Hanafi Mamduh, 2005, *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, hlm: 42-43.

tertentu. Semakin tinggi *Profit Margin* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Secara umum, *profit margin* yang rendah menunjukkan ketidakefisienan manajemen. Berikut ini adalah rumus untuk menghitung *Profit Margin* :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

2. Return On Asset (ROA)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. ROA sering disebut juga ROI (*Return On Investment*). Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik pula efisiensi dan efektivitas pengelolaan aset. ROA merupakan hasil pembagian *net profit* dengan *total asset* yang dinyatakan dalam %.²⁷ Berikut rumus untuk menghitung ROA:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3. Return On Equity (ROE)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dilihat dari sudut pemegang saham. ROE merupakan hasil pembagian antara *net profit* dengan *equity* yang dinyatakan dalam %. Semakin tinggi ROE menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi. ROE dapat dihitung dengan rumus :

²⁷ Bambang Susilo D, 2009, *Pasar Modal Mekanisme Perdagangan Saham, Analisis Sekuritas, dan Strategi Investasi Di Bursa Efek Indonesia (BEI)*, Yogyakarta: UUP STIM YKPN, hlm: 70.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}}$$

Dalam penelitian ini, untuk indikator profitabilitas menggunakan *Return on Asset* (ROA). Berpijak pada penelitian sebelumnya yang menggunakan ROA sebagai indikator dari profitabilitas, yaitu: penelitian yang dilakukan oleh Hari, tentang Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Corporate Governance* terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability Report*. Nia, tentang Analisis Pengaruh Insider Ownership, *Leverage*, Profitabilitas, Firm Size, dan Dividen Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. Dimana hasil penelitian tadi ROA konsisten berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tetap mempertahankan ROA sebagai indikator *profitabilitas* karena objek yang dijadikan sampel penelitian berbeda dengan penelitian sebelumnya.

1.4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari serangkaian arus kas masuk yang akan dihasilkan oleh perusahaan pada masa mendatang.²⁸ Ramai atau lesunya pasar sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, peraturan pemerintah, dan iklim persaingan (baik domestik maupun asing). Kondisi pasar tentu akan mempengaruhi kinerja perusahaan secara internal dan juga tanggapan para investor (pemilik dana). Kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh kinerja operasi, pendanaan, investasi, dan kebijakan dividen yang menentukan besarnya arus kas yang dihasilkan. Di sisi lain, keputusan

²⁸ Handono Mardiyanto, *op. cit.*, hlm: 181.

investor untuk menanamkan dananya disektor riil atau finansial ditentukan oleh dana yang dimiliki (pendapatan/tabungan), usia, tingkat bunga, dan preferensi terhadap risiko yang menentukan besarnya imbal hasil yang diminta oleh investor. Interaksi dari kondisi pasar, kinerja internal perusahaan, dan perilaku investor pada akhirnya menentukan nilai suatu perusahaan, yang akan tercermin dari harga saham perusahaan bersangkutan di pasar modal.

Secara umum tujuan pendirian perusahaan dibedakan menjadi dua yaitu tujuan ekonomis dan tujuan sosial.²⁹ Tujuan ekonomis berkenaan dengan upaya perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Dalam hal ini perusahaan berupaya menciptakan laba, menciptakan pelanggan, dan menjalankan upaya-upaya pengembangan dengan memusatkan perhatian pada kebutuhan masyarakat dalam hal produk yang diinginkan, kualitas, harga, kuantitas, waktu pelayanan, dan kegunaan produk. Meskipun disadari bahwa keuntungan bukanlah satu-satunya tujuan perusahaan, tetapi tujuan-tujuan lain hanya akan tercapai jika perusahaan mampu tetap hidup berkembang dan memperoleh keuntungan.

Nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya, jika suatu perusahaan akan dijual. Bagi perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat *go public*, indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang

²⁹ M Fuad, *op. cit.*, hlm: 22.

diperjualbelikan di Bursa Efek, maka dapat disimpulkan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan yang dimaksud adalah nilai pasar, dimana nilai pasar merupakan nilai yang didasarkan pada sudut pandang investor atau calon investor dalam menilai perusahaan.³⁰ Rasio pasar mengukur harga pasar saham perusahaan, relatif terhadap nilai bukunya. Sudut pandang rasio ini lebih banyak berdasar pada sudut pandang investor (calon investor), meskipun pihak manajemen juga berkepentingan terhadap rasio-rasio ini. Ada beberapa indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan,³¹ antara lain:

1. PER (*Price Earning Ratio*)

Menurut *Hirt*³² dalam menilai sebuah saham dapat menunjuk pada penerapan *earning per share*. PER berfungsi untuk melihat harga pasar saham relatif terhadap *earning*-nya. Semakin tinggi PER semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah PER maka semakin rendah pula pertumbuhan perusahaan.

2. *Rasio dividen yield*

Rasio ini merupakan sebagian dari total *return* yang akan diperoleh investor. Bagian *return* yang lain adalah *capital gain*, yang diperoleh dari selisih positif antara harga jual dan beli. Dan apabila selisih negatif yang terjadi, maka terjadi *capital loss*. Biasanya perusahaan yang mempunyai prospek pertumbuhan yang tinggi akan mempunyai *dividen yield* yang

³⁰ Mamduh M. Hanafi, *op. cit.*, hlm: 43.

³¹ *Ibid*, hlm: 43-44

³² *Ibid*,

rendah, karena dividen sebagian besar akan diinvestasikan kembali. Kemudian, karena perusahaan dengan prospek yang tinggi akan mempunyai harga pasar yang tinggi, yang berarti pembagiannya tinggi maka *dividen yield* untuk perusahaan semacam itu akan cenderung lebih rendah (kecil).

3. Pembayaran Dividen (*Dividen Pay Out Ratio*).

Rasio pembayaran dividen merupakan rasio untuk melihat bagian pendapatan yang dibayarkan sebagai dividen kepada investor. Bagian lain yang tidak dibagikan akan diinvestasikan kembali ke perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan yang tinggi akan mempunyai rasio pembayaran dividen yang rendah, sebaliknya, perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan rendah akan mempunyai rasio pembayaran dividen yang tinggi. Pembayaran dividen juga merupakan bagian dari kebijakan dividen perusahaan.

4. PBV (*Price Book Value*)³³

Nilai pasar dari ekuitas mencerminkan harapan investor terhadap *earning*-nya dan arus kas perusahaan di masa yang akan datang. Sedangkan nilai buku dari ekuitas merupakan selisih antara nilai buku aset dan nilai buku kewajiban, dimana hal ini lebih banyak ditentukan oleh aturan konvensi akuntansi. Nilai buku suatu aset diperoleh dari pengurangan harga perolehan aset dikurangi dengan penyusutan aset tersebut. Sehingga hal ini memberikan konsekuensi bahwa nilai buku akan

³³ Murhadi R. Werner, 2009, *Analisis Saham Pendekatan Fundamental*, Jakarta: PT. Indeks, hlm: 147

semakin berkurang seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini akan memberikan dampak signifikan terhadap perbedaan nilai buku dengan nilai pasar.

Ada beberapa alasan mengapa investor menggunakan rasio harga terhadap nilai buku (PBV) dalam analisis investasinya, *pertama*, nilai buku sifatnya relatif stabil. Bagi investor yang kurang percaya terhadap estimasi arus kas, maka nilai buku merupakan cara paling sederhana untuk membandingkannya. *Kedua*, Adanya praktik akuntansi yang relatif standar diantara perusahaan-perusahaan menyebabkan PBV dapat dibandingkan antar berbagai perusahaan yang akhirnya dapat memberikan signal apakah nilai perusahaan *under* atau *overvaluation*. Terakhir, pada kasus perusahaan yang memiliki *earning* negatif maka tidak memungkinkan untuk mempergunakan PER, sehingga penggunaan PBV dapat menutupi kelemahan yang ada pada PER dalam kasus ini.

Namun ada beberapa kekurangan sehubungan dengan rasio PBV yakni: satu, nilai buku sangat dipengaruhi oleh kebijakan akuntansi yang diterapkan oleh perusahaan. Apabila penggunaan standar akuntansi yang berbeda diantara perusahaan-perusahaan maka ini akan mengakibatkan rasio PBV tidak dapat diperbandingkan. Kedua, nilai buku mungkin tidak banyak artinya bagi perusahaan berbasis teknologi dan jasa karena perusahaan-perusahaan tersebut tidak memiliki aset nyata yang signifikan. Ketiga, nilai buku dari ekuitas akan menjadi negatif bila perusahaan selalu

mengalami *earning* yang negatif sehingga akan mengakibatkan nilai rasio PBV juga negatif.

Rasio PBV dihitung dengan membagi nilai pasar dari saham dibagi dengan nilai buku dari ekuitas saat ini.

$$PBV = \frac{\text{Harga perlembar saham}}{\text{nilai buku ekuitas perlembar saham}}$$

Penggunaan rumus yang berbasis pada nilai perlembar saham akan menimbulkan masalah apabila :

- a. Terdapat berbagai tipe kelas saham yang beredar, dimana harga perlembar saham akan berbeda untuk masing-masing dari tipe kelas dari saham,
- b. Seharusnya nilai saham preferen tidak dimasukkan dalam menghitung nilai buku ekuitas.

Untuk menghadapi permasalahan ini, maka dalam menghitung PBV dapat dipergunakan rumusan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Nilai pasar dari ekuitas}}{\text{nilai buku dari ekuitas}}$$

Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Nilai pasar/nilai buku (M/B) merupakan suatu indikator yang dipakai investor untuk mengukur tingkat ketertarikan pada saham tertentu. Semakin tinggi rasio M/B semakin tinggi pula minat investor untuk membeli saham tersebut.

Rasio Nilai Pasar/Nilai Buku (*Market to Book Value Ratio – M/B*) merupakan perbandingan harga penutupan saham (*closing per share common stock*) dengan nilai buku saham biasa (*book value per share common stock*). Harga penutupan saham diketahui dari penentuan oleh BEI atas transaksi yang terjadi. Sedangkan nilai buku (BV) dihitung dengan membandingkan antara modal dengan jumlah saham yang beredar.

1.5. Jakarta Islamic Indeks

Indeks harga saham merupakan suatu indikator yang menunjukkan pergerakan harga saham. Di Pasar Modal sebuah indeks diharapkan memiliki fungsi sebagai indikator tren saham, kemudian sebagai indikator tingkat keuntungan, sebagai tolok ukur kinerja suatu portofolio, dan memfasilitasi pembentukan portofolio dengan strategi pasif.³⁴

Sebagai indikator tren pasar, artinya bahwa indeks dapat menggambarkan kondisi pasar pada suatu saat mengalami pergerakan, apabila pasar sedang aktif atau lesu. Dengan indeks pula kita dapat mengetahui tren pergerakan harga saham saat ini, apakah sedang naik, turun ataupun stabil. Pergerakan indeks juga menjadi indikator penting bagi para investor untuk menentukan kapan mereka mengambil keputusan beli, jual ataupun menahan (*hold*). Pada Bursa Efek Indonesia terdapat tujuh jenis indeks,³⁵ yaitu Indeks Individual, Indeks Harga Saham Sektoral, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Indeks LQ 45, Indeks Papan Utama dan Papan Pengembang, Indeks Kompas 100, dan Indeks Syariah.

³⁴ Andri Soemitra, 2009, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, hlm: 130.

³⁵ *Ibid*, hlm: 130.

Munculnya instrumen syariah di Pasar Modal Indonesia dipelopori oleh PT Danareksa Asset Management yang menerbitkan reksadana syariah pada 3 Juli 1997.³⁶ Kemudian pada tanggal 3 Juli 2000, PT Danareksa Investmen Management bekerja sama dengan PT Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia) meluncurkan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang bisa dipergunakan sebagai acuan dalam menilai perkembangan harga saham berbasis syariah. JII yang merupakan indeks harga saham berbasis syariah yang terdiri dari 30 saham emiten yang dianggap telah memenuhi prinsip-prinsip syariah.

Indeks syariah atau JII (*Jakarta Islamic Index*) merupakan indeks yang terdiri dari 30 emiten yang mengakomodasi investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Saham-saham yang masuk dalam kategori JII adalah emiten yang kegiatannya tidak bertentangan dengan prinsip syariah syariah, yang dalam hal ini merupakan peran serta dari Dewan Syariah Nasional (DSN) serta *accountability* dari pihak Bursa Efek Indonesia yang melakukan monitoring.

Ruang lingkup kegiatan usaha emiten yang bertentangan dengan prinsip hukum syariah Islam,³⁷ adalah:

1. Usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau dilarang,
2. Usaha lembaga keuangan konvensional (ribawi) termasuk perbankan dan asuransi konvensional.

³⁶ Erry Firmansyah, 2010, *Metamorfosa Bursa Efek*, Jakarta: Bursa Efek Indonesia, hlm.: 137.

³⁷ Nurul Huda & Mustafa Edwin N, 2007, *Investasi Pada Pasar Modal Syariah*, Jakarta: Kencana, hlm: 56.

3. Usaha yang memproduksi, mendistribusi serta memperdagangkan makanan dan minuman yang tergolong haram.
4. Usaha yang memproduksi, mendistribusi serta menyediakan barang-barang ataupun jasa yang merusak moral dan bersifat mudarat.

Sesuai dengan pedoman yang ditetapkan dalam menentukan kriteria saham-saham emiten yang menjadi komponen indeks JII tersebut,³⁸ antara lain:

1. Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip hukum syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 bulan (kecuali bila termasuk didalam saham-saham 10 berkapitalisasi besar).
2. Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahunan berakhir yang memiliki kewajiban terhadap aktiva maksimal sebesar 90%.
3. Memilih 60 saham dari susunan di atas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar terbesar selama satu tahun terakhir.
4. Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan selama satu tahun terakhir.

Pengkajian ulang akan dilakukan 6 bulan sekali, dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha akan memonitoring secara terus menerus berdasarkan data publik yang tersedia.

³⁸ Ganjar Isnawan, 2012, *Jurus Cerdas Investasi Syariah*, Jakarta: Laskar Aksara, hlm: 76.

Perhitungan JII dilakukan PT BEI dengan menggunakan perhitungan metode indeks yang ditetapkan dengan bobot kapitalisasi pasar. Perhitungan indeks ini mencakup penyesuaian-penyesuain yang dilakukan oleh adanya perubahan terhadap data emiten yaitu *corporate action*. JII menggunakan tanggal perhitungan 1 Januari 1995 dengan nilai awal 100. Dengan indeks ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk mengembangkan investasi secara syariah.

1.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian empiris terdahulu terkait topik, antara lain :

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

Nama	Tahun	Meneliti tentang	Hasil
Soliha	2002	<i>insider ownership</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan, dengan mengambil sampel seluruh perusahaan yang telah <i>listed</i> sejak 1992 sampai dengan 1996	<i>insider ownership</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Yuniarti	2003	pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEJ, dengan mengambil sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di BEJ sebelum tanggal 31 Desember 2000	Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa (1) Tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEJ ternyata sangat rendah. Hal ini terlihat dari rendahnya nilai yang diperoleh sampel jika dibandingkan dengan maksimal skor yang dapat diperoleh. (2) Ukuran perusahaan mempengaruhi tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan-perusahaan yang

			terdaftar di BEJ, walaupun pengaruh tersebut dikategorikan rendah sebesar 7,8%. (3) Setiap jenis industri berbeda dalam melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial.
Paranita	2007	pengaruh insider ownership, kebijakan hutang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan sampel seluruh perusahaan manufaktur yang go public dan listing di Bursa Efek Jakarta (BEJ) periode tahun 2001-2005	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa insider ownership, kebijakan hutang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Nurlela dan Islahuddin	2008	pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara Corporate Social Responsibility dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Sitta Su'aidah	2010	Pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility dan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi. Dengan mengambil sampel perusahaan yang terdaftar dalam Indeks LQ-45 antara tahun 2005 hingga tahun 2008	Hasil pengujian hipotesis pertama didapatkan kesimpulan bahwa semua variabel independen, yaitu ROA dan ROE memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis kedua dan ketiga didapatkan kesimpulan bahwa variabel pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh variabel ROA dan ROE terhadap variabel nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis keempat dan kelima didapatkan kesimpulan bahwa variabel kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi pengaruh variabel ROA dan ROE terhadap variabel nilai perusahaan.
Rimba Kusumadilaga	2010	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility

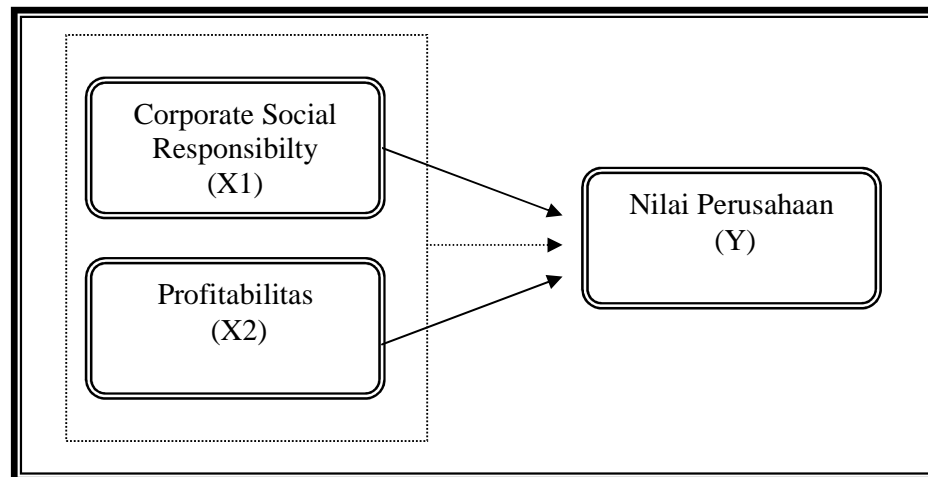
		profitabilitas sebagai variabel moderating dengan mengambil sampel pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam BEI.	berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.
Danang Haryudanto	2011	Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Tingkat Corporate Social Responsibility Dan Nilai Perusahaan. Dengan mengambil sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEI) selama periode 2007 – 2009.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara manajemen laba dengan tingkat CSR. Manajemen laba juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi tingkat CSR memiliki pengaruh yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Wenny Adistyanning-rum	2011	Analisis pengaruh profitabilitas, risiko, ukuran perusahaan terhadap kebijakan struktur modal dan nilai perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII). Dengan mengambil sampel perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII) periode penelitian 2006-2010	Hasil penelitian diketahui bahwa profitabilitas dan risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap kebijakan struktur modal, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kebijakan struktur modal. Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan risiko dan kebijakan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Roza Tohiri	2011	Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai Moderating Variabel Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI periode 2007-2010	Hasil penelitian secara simultan dan parsial diperoleh bahwa pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate governance berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas bukan merupakan moderating antara pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga (2010) yaitu:

1. Dalam penelitian ini, variabel profitabilitas dijadikan variabel independen sedangkan pada penelitian yang dilakukan Rimba, variabel tersebut dijadikan variabel moderating.
2. Perusahaan yang dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tergabung dalam indeks syariah yaitu *Jakarta Islamic Index* (JII), sedangkan penelitian yang dilakukan Rimba adalah perusahaan-perusahaan yang berada disektor manufaktur.
3. Tahun penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2009-2011, sedangkan penelitian yang dilakukan Rimba dari tahun 2006-2008.

1.7. Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian yang dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

.....▶ : Simultan

————▶ : Parsial

1.8. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1 *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2 *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3 *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan.