

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Menurut Imam dan Chariri (2007, 439) *Stakeholder Theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat di pengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Keberlangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin kuat *stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*, oleh karena itu perusahaan harus bertanggung jawab terhadap kondisi lingkungan dan masyarakat, dengan adanya pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan *stakeholder* yang berbeda agar tidak terjadinya konflik antara *stakeholder* tersebut. Teori ini, Menjelaskan bahwa *Stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang kegiatan perusahaan yang akan mempengaruhi dalam mengambil keputusan (Apridawati dan Hermanto, 2020).

2.1.2. Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Menurut Ramadhan (2019) Pengertian tanggung jawab sosial perusahaan tertuang dalam peraturan perundang-undangan Republik Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Pasal 74 yang menyatakan:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana ayat (1) dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Pasal 74, tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dilakukan baik bagi perseroan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam seperti pertambangan, maupun bagi perseroan yang kegiatan usahanya tidak berkaitan dengan sumber daya alam. Menurut Sugiono (2019)

perusahaan memerlukan etika bisnis, karena etika bisnis merupakan tata cara peraturan bisnis dengan memperhatikan norma yang berlaku dan memberikan sanksi bagi yang melanggar hukum. Di Indonesia aturan hukum yang berasal dari etika khususnya etika bisnis yaitu peraturan tanggungjawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR).

Menurut Wilestari,dkk (2019) *The World Business Council untuk Sustainable Development* (WBCSD) CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan mendefinisikan sebagai kewajiban perusahaan membuat kontribusi bahwa baik untuk ekonomi *development* Berkelanjutan, melalui bekerja dengan karyawan, keluarga, komunitas dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat bagi perusahaan dan perkembangannya. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu ide atau gagasan dapat membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangannya, melainkan terhadap sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Katharina, 2020).

Menurut (Prena dan Muliawan, 2020) Di Indonesia, standar pengungkapan CSR mengacu pada standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI adalah sebuah organisasi terkemuka internasional di bidang keberlanjutan (R, Mukhzarudfa,dan Wiralestari, 2019) .Saat ini GRI menyediakan pedoman standar *sustainably report versi G4*. Pedoaman ini membagi pengungkapannya dalam tiga katagori, yaitu

katagori ekonomi (EC), katagori lingkungan (EN), dan katagori sosial. Katagori sosial dinagi menjadi empat sub katagori, yaitu sub katagori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja (LA), sub katagori hak asasi manusia (HR), sub katagori masyarakat (SO) dan sub katagori tanggung jawab atas produk (PR).

Pengukuran pengungkapan CSR dalam penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI). Pengukuran CSR dilakukan dengan menilai setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan atau laporan berkelanjutan. Di lansir dari www.globalreporting.org. GRI G4 terdiri dari 91 item, dengan pembagian 9 item indikator katagori ekonomi, 34 item indikator katagori lingkungan dan 48 item indikator katagori sosial yang dibagi menjadi empat katagori. Masing – masing katagori di nilai 1 jika di ungkapkan dan 0 jika tidak di ungkapkan. Nilai dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh besarnya nilai CSR dari suatu perusahaan dan dibagi dengan pedoman standar GRI G4.

2.1.3. Profitabilitas

Menurut Rudianto (2021, 129) profitabilitas adalah ukuran kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama satu periode tertentu. Semakin tinggi laba yang diperoleh semakin sejahtera seluruh anggota organisasi.

Ketika menilai dan mengukur profitabilitas yang diperoleh perusahaan, menurut Rudianto (2021, 130) terdapat tiga aspek yang sering kali dinilai penting oleh para pengelola perusahaan, yaitu:

1. Pertumbuhan usaha tinggi

Pendapatan perusahaan diperoleh dari penjualan produk dan nilai penjualan yang diperoleh perusahaan menunjukkan penerimaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

2. Peningkatan laba yang terkendali

Laba adalah selisih positif antara nilai penjualan dan berbagai beban usaha pada periode yang sama.

3. Pemanfaatan aset yang tinggi.

Jumlah laba yang lebih besar yang diperoleh suatu perusahaan tidak selalu lebih baik dibandingkan dengan jumlah perusahaan lain. Jumlah laba yang diperoleh suatu perusahaan harus dibandingkan dengan jumlah aset yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Efektivitas pemanfaatan aset sebuah perusahaan akan tercermin dari perbandingan jumlah laba yang diperoleh dengan jumlah aset yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Semakin tinggi nilai yang diperoleh semakin tinggi tingkat efektivitas pemanfaatan aset.

Menurut Hermuningsih (2013) Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar untuk menilai kondisi suatu perusahaan, diperlukan suatu alat analisis untuk dapat mengevaluasinya. Alat analisis yang dimaksud yaitu rasio keuangan (Hermuningsih, 2013). Dalam penelitian ini, untuk mengukur profitabilitas perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah *Return on Assets* (ROA) karena nilai ROA yang tinggi dapat menunjukkan bahwa

perusahaan tersebut dalam keadaan baik, sehingga investor tertarik untuk berinvestasi dan meningkatkan harga saham sehingga menahmabah nilai perusahaan (Rita Susanti dan Budiasih, 2019). Semakin tinggi *return on asset* maka profitabilitas semakin baik. Hal ini karena memiliki nilai keuntungan yang lebih tinggi. Jika rasio ini tinggi, berarti menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan manajemen. Oleh karena itu, rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan total aset (Puteri dan Laily, 2018). *Rerurn on Asset* merupakan rasio yang menunjukkan hasil dari total aset yang digunakan dalam perusahaan. Menurut Prena dan Muliawan (2020) Rumus ROA sebagai berikut :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2.1.4. Nilai Perusahaan

Menurut Martha, dkk (2018) menyatakan bahwa Nilai perusahaan adalah nama baik yang diperoleh perusahaan dengan melakukan kegiatan usaha dalam jangka waktu tertentu. Nilai perusahaan yang baik merupakan tujuan dari setiap perusahaan. Karena tingginya nilai suatu perusahaan menarik investor dan membuat modalnya menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan tolak ukur ekonomi yang mencerminkan nilai pasar seluruh perusahaan (Nurfauziah dan Utami, 2021).

Menurut Rafika, Tertiarto, dan Isnurhadi (2018) Di tengah persaingan global yang semakin ketat, perusahaan berlomba-lomba meningkatkan daya saingnya di berbagai sektor guna menarik investor untuk berinvestasi. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi sangat penting, karena mencerminkan profitabilitas, yang dapat mempengaruhi persepsi perusahaan oleh investor. Peningkatan nilai perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar yang dapat membawa kemakmuran maksimal bagi pemegang saham ketika harga saham naik. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi kekayaan pemegang saham (Kalsum, 2020).

Menurut Fatmawati dan Asyik (2019) Tujuan pengelolaan keuangan adalah untuk menambah nilai perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Nilai perusahaan tercermin dari nilai pasar saham perusahaan. Menurut Wahyuni, A P, dan Hidayati (2018) Nilai perusahaan adalah nilai pasar perusahaan di antaranya dapat menghasilkan kekayaan, atau keuntungan bagi investor jika harga saham perusahaan meningkat. Dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan menggunakan metode Tobin's Q, karena Tobin's Q memberikan informasi yang dinilai lebih baik. Rumus Tobin's Q sebagai berikut :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVS} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan :

Tobin's Q : Nilai perusahaan

MVS (Market Value Shares) : Closing price x jumlah saham yang beredar

DEBT : Total Hutang

TA : Total Assets

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Jurnal	Penulis	Jurnal	Variabel	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2011-2013) (S4)	Rizky, Suhadak, dan Nuzula (2016)	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)	Variabel Independen : Pengungkapan CSR, ROE Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Uji t, baik pengungkapan CSR maupun profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.
2	Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan (S3)	Rita Susanti dan Budiasih (2019)	Jurnal Akuntansi	Variabel Independen : Pengungkapan CSR, Profitabilitas Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3	<p>Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>, <i>Debt to Equity Ratio</i> dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia</p> <p>(S4)</p>	Katharina (2020)	Ekombis sains: Juranl Ekonomi, keuangan dan Bisnis	<p>Variabel Independen : Pengungkapan CSR, Debt to Equity Ratio dan Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen : Nilai perusahaan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, rasio hutang dan profitabilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan sebagian tanggung jawab sosial perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan rasio hutang dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
4	<p>Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Idx30 Periode 2012-2016</p> <p>(S4)</p>	Meidona dan Melly (2019)	Jurnal Riset Ekonomi Islam	<p>Variabel independen : Pengungkapan CSR, Profitabilitas</p> <p>Variabel dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>Hasil penelitian dalam uji hipotesis dengan tingkat signifikan 5% (0,05) menemukan bahwa secara parsial pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena tingkat signifikan 0,559 lebih dari 0,05. Sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Secara simultan</p>

					pengungkapan corporate social responsibility dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.
5	Pengaruh Pengungkapan <i>Enterprise Risk Managenen, Inetelektual Capital, Corporate Social Responsibility dan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan</i> (S5)	Siregar dan Safitri (2019)	Jurnal Bisnis Darmajaya	Variabel Independen : <i>Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure, Corporate Social Responsibility Disclosure, Sustainability Report Disclosure</i> Variabel dependen : Nilai perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility dan Sustainability Report</i> berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan sedangkan pengungkapan <i>Enterprise Risk Management dan Intellectual capital</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2013-2017
6	Pengaruh pengungkapan CSR dan Tata kelola perusahaan terhadap nilai Perusahaan sektor industri subsektor tekstil dan garmen (S4)	Nurfauziah dan Utami (2021)	Jurnal Akuntansi	Variabel Independen : Pengungkapan CSR, tata kelola perusahaan Variabel dependen : Nilai perusahaan	Hasil penelitian menunjukan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, kepemilikan institusional

					berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan dan memiliki arah hubungan yang negatif, komite audit berpengaruh secara positif pada nilai perusahaan, komisaris independen berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan pada nilai perusahaan sektor industri subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019
7	<i>The effect of liquidity, leverage, and profitability on firm value: Empirical evidence from Indonesia.</i>	Jihadi dkk. (2021)	Journal of Asian Finance, Economics and Business	Variabel independen : <i>liquidity, leverage, and profitability</i> variabel dependen : <i>Firm value</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasio likuiditas, aktivitas, leverage, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sesuai dengan hipotesis awal penelitian. Corporate Social Responsibility (CSR) berperan sebagai variabel moderasi dan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol terhadap pengaruh rasio keuangan (likuiditas, aktivitas, dan profitabilitas) terhadap nilai perusahaan.

8	<p>Analisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015</p> <p>(S4)</p>	Setiawati dan Lim (2018)	Jurnal Akuntansi	<p>Variabel independen : Profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan pengungkapan sosial</p> <p>Variabel dependen : Nilai perusahaan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
9	<p>Profitabilitas dan <i>Corporate social responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>(S4)</p>	Anwar dkk. (2021)	Jurnal Akuntansi dan Keuangan	<p>Variabel independen : Profitabilitas, <i>corporate social responsibility</i></p> <p>Variabel dependen : Nilai perusahaan</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun pengujian pengaruh <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan nilai uji F sebesar 6.381 yang berarti $F > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas yang diprosikan dengan return on equity (ROE) dan <i>corporate social responsibility</i> (CSR) secara bersama-sama signifikan terhadap</p>

					nilai perusahaan.
10	<i>Effect of corporate social responsibility, good corporate governance and ownership structures on financial performance and firm value : A Study in Jakarta Islamic Index</i>	Hasibuan dan Wirawati (2020)	American Journal of Humaniora dan Penelitian Ilmu Sosial (AJHSSR)	Variabel independen : <i>Board of commissioners, audit committee, corporate social responsibility</i> Variabel dependen : <i>Firm value</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA, komite audit, dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan dewan komisaris berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
11	<i>Effect of Profitability, Investment Opportunity Set and Good Corporate Governance on Company Value</i>	Febrianty dan Mertha (2021)	American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)	Variabel independen : <i>Profitabilitas, investment opportunity, good corporate governance</i> Variabel dependen : <i>Firm value</i>	Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa profitabilitas dan set kesempatan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan good corporate governance yang diprosikan oleh dewan komisaris independen dan komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian sebelumnya, banyak penelitian yang telah dilakukan untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan sektor pertambangan, manufaktur, Perbankan dan garmen. Dalam penelitian ini, menguji pengaruh pengungkapan CSR dan profitabilitas yang berfokus pada subsektor Properti dan *Real estate* dengan tahun terbaru yaitu 2018-2019.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan untuk keterlibatan jangka panjang dalam masalah lingkungan tertentu dalam rangka menciptakan lingkungan yang lebih baik. Semakin banyak bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Siregar dan Safitri, 2019). Teori *stakeholder* berpendapat bahwa perusahaan harus menjadikan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*. Dengan pengungkapan CSR, pasar akan melihat peningkatan nilai sebenarnya. Hal ini ditunjukkan dengan naiknya harga saham perusahaan. Teori *stakeholder* dapat memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami efek positif dari pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan (Pratiwi, Saraswati, dan Roekhudin, 2019). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Safitri (2019) menyatakan pengungkapan *coroprate sosial responsibility* berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anwar dkk. (2021) menyatakan pengungkapan *corporate sosial responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian serupa dilakukan oleh Katharina (2020) dan Meidona dan Angraini (2019) menyatakan pengungkapan CSR tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham (Rizky, Suhadak, dan Nuzula, 2016). Semakin tinggi Profitabilitas perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena profitabilitas menjadi pertimbangan investor dalam mengambil keputusan. Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA) untuk mengetahui efisiensi pemanfaatan aset. Semakin tinggi *return on asset* (ROA) yang dimiliki suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang mencerminkan profitabilitas yang baik (Febrianty dan Mertha, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Katharina (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian serupa dilakukan oleh Anwar dkk.(2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2 : Profitabilitas Berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

2.3.3. Pengaruh Pengungkapan CSR dan Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan

Pengaruh pengungkapan CSR dan Profitabilitas berperan positif terhadap nilai perusahaan. banyak penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa adanya pengaruh antara pengungkapan CSR dan Profitabilitas. Penelitian ini didukung oleh Meidona dan Angraini (2019) menyatakan secara simultan pengungkapan *corporate sosial responsibility* dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. penelitian serupa dilakukan Katharina (2020) menyatakan bahwa variabel pengungkapan CSR dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. penelitian serupa dilakukan oleh Hasibuan dan Wirawati (2020) menyatakan bahwa ROA, komite audit dan *corporate sosial responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3 : Pengungkapan CSR dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2.4 Kerangka Pemikiran

