

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian – penelitian terdahulu yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian kembali adalah :

a. **Reny Dyah Retno M dan Denies Priantinah (2012)**

Penelitian yang dilakukan oleh Reny Dyah Retno dan Denies Priantinah (2012) menguji tentang pengaruh *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel kontrol *size* dan *leverage* dengan populasi perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007 – 2010. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *good corporate governace* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol *size* dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007 – 2010, pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol *size*, jenis industri, profitabilitas dan *leverage*, serta *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* berepengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan :

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen
- b. Indikator yang digunakan dalam pengukuran *corporate social responsibility* menggunakan *checklist* yang mengacu pada indikator GRI

Perbedaan :

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. Tidak adan variabel moderating pada penelitian sebelumnya, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris
- b. Variabel independen pada penelitian sebelumnya adalah *good corporate governance* dan *corporate social responsibility*, sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen
- c. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010, sedangkan pada penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013

b. I Made Sudana dan Putu Ayu Arlindania (2011)

Peneliti ini meneliti tentang *corporate governane* dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *go public* di Bursa Efek Indonesia. Menggunakan variabel kontrol ROE, ukuran perusahaan, dan *debt equity ratio*. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *purposive samplig*, dengan kreteria perusahaan *go public* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2009. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dewan direksi wanita secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, variabel dewan direksi wanita, dewan direksi asing dan komposisi komisaris independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *go public* di Indonesia.

Persamaan :

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah Indikator yang digunakan dalam pengukuran *corporate social responsibility* menggunakan *checklist* yang mengacu pada indikator GRI

Perbedaan :

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. Variabel independen pada penelitian sebelumnya adalah *good corporate governance* yang di proksi dengan dewan direksi wanita, dewan direksi asing dan komposisi dewan komisaris, sedangkan pada

penelitian ini hanya *corporate social responsibility* sebagai variabel independen

- b. *Corporate social responsibility* pada penelitian sebelumnya sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan
- c. Pada penelitian sebelumnya tidak menggunakan variabel moderating, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris
- d. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2009, sedangkan pada penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013

c. Ni Wayan Rustiarini (2010)

Penelitian ini berjudul pengaruh *corporate governance* pada hubungan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Menggunakan *corporate governance* sebagai variabel moderating yang diproksi dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen dan jumlah anggota komite audit. Menggunakan populasi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai tahun 2008. Hasil dari penelitian tersebut adalah *corporate social responsibility* berpengaruh

terhadap nilai perusahaan, *corporate goverance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan *corporate governance* merupakan variabel pemoderasi hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Persamaan :

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. *Corporate social responsibility* sebagai variabel independen
- b. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen
- c. Indikator yang digunakan dalam pengukuran *corporate social responsibility* menggunakan *checklist* yang mengacu pada indikator GRI

Perbedaan :

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. Variabel moderating pada penelitian sebelumnya adalah *corporate governance* yang di proksi dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen dan jumlah anggota komite audit, sedangkan pada penelitian ini variabel moderatingnya hanya kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris
- b. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008, sedangkan pada penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013

d. Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami (2008)

Penelitian ini menguji peranan *corporate social responsibility* dalam nilai perusahaan dengan persentase pengelolaan kepemilikan manajerial dan tipe industri sebagai variabel moderating. Sampel dari penelitian ini terdiri dari seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2006. Hasil dari penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial, tipe industri secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, serta persentase kepemilikan manajerial dan jenis industri tidak berperan sebagai variabel pemoderasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Persamaan :

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. *Corporate social responsibility* sebagai variabel independen
- b. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen
- c. Indikator yang digunakan dalam pengukuran *corporate social responsibility* menggunakan *checklist* yang mengacu pada indikator GRI

Perbedaan :

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. Variabel moderating pada penelitian sebelumnya adalah *corporate governance* yang di proksi dengan kepemilikan manajerial, dan jenis

industri, sedangkan pada penelitian ini variabel moderatingnya adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris

- b. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2006, sedangkan pada penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013

e. Rika Nurlela dan Islahuddin (2008)

Penelitian ini menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta periode 2005. Terdapat 340 perusahaan yang diperoleh berdasarkan *Indonesian Capital Market Directory*. Hasil dari penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen serta interaksi *corporate social responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan :

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. *Corporate social responsibility* sebagai variabel independen
- b. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen

- c. Indikator yang digunakan dalam pengukuran *corporate social responsibility* menggunakan *checklist* yang mengacu pada indikator GRI

Perbedaan :

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. Variabel moderating pada penelitian sebelumnya adalah *corporate governance* yang di proksi dengan kepemilikan manajerial, dan jenis industri, sedangkan pada penelitian ini variabel moderatingnya adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris
- b. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta periode 2005, sedangkan pada penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Variabel penelitian	Metode Analisis	Hasil atau Kesimpulan
1	Reny Dyah Retno M dan Denies Priantinah (2012)	Variabel Independen : <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen : Nilai perusahaan Variabel Kontrol : Ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas	Analisis regresi berganda	Hasil dari penelitian ini adalah <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas dan <i>leverage</i> pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2007-2010

2	I Made Sudana dan Putu Ayu Arlindania (2011)	Variabel Independen : Dereksi wanita, direksi warga negara asing, komposisi komisaris independen Variabel dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Kontrol : Ukuran perusahaan, ROE, <i>Debt Equity Ratio</i>	Analisis regresi berganda	Hasil dari penelitian ini adalah Dewan direksi secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> sedangkan dewan direksi asing, komposisi komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>
3	Ni Wayan Rustiarini (2010)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen : Nilai perusahaan Variabel Moderating : Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen dan jumlah anggota komite audit	Analisis regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini adalah <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>corporate governance</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>corporate governance</i> merupakan variabel pemoderasi hubungan <i>corporate social responsibility</i> dengan nilai perusahaan
4	Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami (2008)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel dependen : Nilai perusahaan Variabel Moderating : Persentase kepemilikan manajemen, tipe industri	a. Analisis regresi linier sederhana b. <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA) atau uji interaksi	Hasil dari penelitian ini bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan, dan persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri tidak berperan sebagai variabel moderasi
5	Rika Nurlela dan Islahuddin (2008)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen : Nilai perusahaan Variabel Moderating : Persentase kepemilikan manajemen	Analisis regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, persentase kepemilikan manajemen, dan hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan persentase kepemilikan manajerial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal

Teori sinyal (Leland dan Pyle dalam Oktivani, 2012) menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

Teori sinyal mengemukakan bahwa untuk mengurangi asimetri informasi tersebut, maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satunya adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan secara terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan harapan yaitu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ni Wayan (2010).

2.2.2 **Corporate Social Responsibility (CSR)**

The World Business Council For Sustainable Development (WCSR) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaan beserta seluruh keluarganya.

Menurut ISO 26000:2010 tentang *Guidance on Social Responsibility, Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah tanggung jawab suatu organisasi atau perusahaan untuk dampak dari pengambilan keputusan dan kegiatan di masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, dengan harapan dapat memperhitungkan *stakeholder* sehingga dapat sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, dan terintegrasi di seluruh organisasi atau perusahaan.

Wibisono (2007) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* atau pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Kotler (2005) dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Totok Mardikanto (2014) yang berjudul CSR menyebutkan bahwa *corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan

komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. Beberapa bentuk program *corporate social responsibility* yang dapat dipilih yaitu :

1. *Cause Promotions*

Cause Promotions ini perusahaan berusaha untuk meningkatkan awareness masyarakat mengenai suatu issue tertentu, dimana issue ini tidak harus berhubungan atau berkaitan dengan lini bisnis perusahaan, kemudian perusahaan mengajak masyarakat untuk menyumbang waktu, dana atau benda mereka untuk membantu mengatasi atau mencegah permasalahan tersebut.

Cause Promotions dapat dilakukan dengan :

- a. Mengajak masyarakat untuk mencari tahu lebih banyak lagi tentang issue tertentu di masyarakat tersebut
- b. Mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam event tertentu, misalkan mengikuti gerak jalan, dan sebagainya.

2. *Cause – Related Marketing*

Cause related marketing, dimana perusahaan mengajak masyarakat untuk membeli atau menggunakan produknya, baik itu barang atau jasa dimana sebagian dari keuntungan yang didapat perusahaan akan didonasikan untuk membantu mengatasi atau mencegah masalah tertentu. *Cause related marketing* dapat berupa setiap barang yang terjual, maka sekian persen akan didonasikan.

3. *Corporate Social Marketing*

Corporate social marketing ini dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mengubah perilaku masyarakat dalam suatu issue tertentu. Biasanya berfokus pada bidang – bidang seperti bidang kesehatan, bidang keselamatan, bidang lingkungan hidup dan bidang masyarakat.

4. *Corporate Philanthropy*

Corporate philanthropy merupakan bentuk dari *corporate social responsibility* yang paling tua. Dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan kontribusi atau sumbangan secara langsung dalam bentuk dana, jasa atau alat kepada pihak yang membutuhkan baik itu lembaga maupun perorangan. *Corporate philanthropy* dapat dilakukan dengan menyumbangkan :

- a. Menyumbangkan uang secara langsung, misalnya memberikan nya kepada anak – anak yang tidak mampu
- b. Memberikan jasa, misalkan bantuan pendidikan kepada anak – anak yang kurang mampu

5. *Community Volunteering*

Community volunteering adalah bentuk dimana perusahaan mendorong atau mengajak karyawannya ikut terlibat dalam program corporate social responsibility yang sedang dijalankan dengan jalan mengkontribusikan waktu dan tenaganya. *Community volunteering* dapat dilakukan dalam bentuk :

- a. Perusahaan memberikan dukungan dan informasi kepada karyawannya untuk ikut serta dalam program – program *corporate social responsibility* yang sedang dijalankan perusahaan atau lembaga lain
- b. Memberikan bantuan dana ke tempat – tempat dimana karyawan terlibat dalam *corporate social responsibility*

6. *Socially Responsible Business Practises*

Socially Responsible Business Practises yaitu perusahaan melakukan perubahan terhadap salah satu atau keseluruhan sistem kerjanya agar dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungannya. *Socially Responsible Business Practises* dapat dilakukan dalam bentuk :

- a. Memperbaiki sistem produksi, misalnya melakukan penyaringan terhadap limbah sebelum dibuang ke alam bebas
- b. Membuat batasan umur dalam melakukan penjualan, misalnya barang – barang tertentu yang tidak akan dijual kepada anak yang belum cukup umur.

2.2.3 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan berkelanjutan atau biasa disebut dengan *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* merupakan pelaporan yang melaporkan kegiatannya mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja

organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan. (AAC, 2004 dalam Anggraini 2006).

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah pengukuran atau pedoman dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan. Standar GRI meliputi 6 aspek, yaitu: Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan, Aspek Tenaga Kerja dan Kepatuhan Kerja, Aspek Hak Asasi Manusia, Aspek Masyarakat, dan Aspek Tanggung jawab Produk.

Terdapat standar GRI *version 4* yang meliputi 91 indikator yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan hidup, 16 indikator praktek tenaga kerja, 12 indikator Hak Asasi manusia, 11 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator tanggung jawab produk. Tetapi pada penelitian ini menggunakan standar GRI *version 3.1* yang meliputi 81 item terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan hidup, 14 indikator praktek tenaga kerja, 11 indikator Hak Asasi manusia, 8 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator tanggung jawab produk.

2.2.4 Manfaat Corporate Social responsibility (CSR)

Komitmen dan kepedulian perusahaan berkaitan dengan pelaksanaan CSR menurut Lako (2010:90) antara lain:

1. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam jangka panjang.

2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
3. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen.
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.
5. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan.
6. Meningkatnya reputasi, goodwill, dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.
7. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam jangka panjang.
8. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
9. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen.
10. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.
11. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan.
12. Meningkatnya reputasi, goodwill, dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

2.2.5 Nilai Perusahaan

Rika dan Islahuddin (2008) mendefinisikan nilai perusahaan merupakan nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Nilai perusahaan sebagai entitas ekonomi tidak hanya menggunakan ekuitas dalam mendanai kegiatan operasionalnya, namun juga dari sumber lain seperti hutang. Baik jangka panjang maupun jangka pendek. Oleh karena itu penilaian yang dibutuhkan perusahaan tidak hanya dari investor saja, namun juga dari kreditur. Semakin besar pinjaman yang diberikan oleh kreditur, menunjukkan semakin besar atau semakin tinggi kepercayaan yang diberikan.

Samuel (2000) dalam Rika (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q yaitu dengan cara memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya unsur saham biasa.

Penghitungan menggunakan rumus :

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

2.2.6 Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) dapat diartikan sebagai sistem yang mengatur, mengarahkan dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Hal tersebut

disebabkan karena *Good Corporate Governance* (GCG) dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan dan professional.

Undang – undang No 40 Tahun 2007 oleh Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia tentang Perseroan Terbatas dan prinsip tata kelola perseroan yang baik dalam menjalankan perusahaan, dan dalam keputusan Menteri BUMN Tahun 2002 tentang prinsip – prinsip *Good Corporate Governance* harus mencerminkan hal – hal sebagai berikut :

- a. Transparasi, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan, termasuk kegiatan *corporate social responsibility*
- b. Akuntabilitas, yaitu kejelasan mengenai fungsi, pelaksanaan dan pertanggung jawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan tersebut dapat berjalan secara efektif
- c. Pertanggungjawaban, yaitu kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan dengan prinsip korporasi yang baik sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku
- d. Kemandirian, yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan tekanan dari pihak manajemen atau pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku

- e. Kesetaraan atau kewajaran, yaitu perbuatan yang adil dan setara untuk memenuhi hak – hak pemangku kepentingan yang timbul didasarkan perjanjian dan peraturan perundang – undangan yang berlaku

Untuk melaksanakan dan mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik tersebut, prinsip – prinsip tersebut diatas harus dapat dilaksanakan dan dicapai oleh perusahaan dengan adanya kerja sama yang baik pula antara berbagai pihak yang berkepentingan dan tentunya sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku. Pada *Good Corporate Governance* (GCG) terdapat indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

a. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan Manajerial (Christiawan dan Tarigan, 2007) adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan, dengan demikian manajer yang berperan ganda sebagai pemegang saham dalam perusahaan yang dipimpin tidak akan membiarkan perusahaannya mengalami kesulitan keuangan.

b. Kepemilikan Institusional

Investor institusional yang sering sebut sebagai investor yang canggih (*sophisticated*) sehingga seharusnya lebih dapat menggunakan informasi periode sekarang dalam memprediksi laba masa depan dibanding investor non instusional. Balsam et al (2002) dalam Vinola (2007) menemukan hubungan yang negatif antar *discretionary accrual* yang tidak diekspektasi dengan imbal hasil di sekitar tanggal pengumuman karena investor institusional mempunyai akses atas sumber

informasi yang lebih tepat waktu dan relevan yang dapat mengetahui keberadaan pengelolaan laba lebih cepat dan lebih mudah dibandingkan investor individual.

c. Dewan Komisaris

Dewan komisaris dalam perusahaan turut berperan aktif dalam mengawasi dan memberikan pengarahan tentang kebijakan - kebijakan yang ada dalam suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, ukuran dewan komisarin diukur dengan menghitung jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan yang disebutkan dalam laporan tahunan.

2.2.7 Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Nilai Perusahaan

Ni Wayan (2010) pengungkapan tanggungjaawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan kegiatan ekonmi perusahaan terhadap masyarakat. Konsep CSR melibatkan tanggungjawab kemitraan bersama antara perusahaan, pemerintah, lembaga, sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat. Kewajiban perusahaan atas CSR diatur dalam undang – undang no 25 tahun 2007 tantang penanaman modal dan undang – undang no 40 tahun 2007 tentang perseroan terbaas. Etentuan ini dimaksudkan untuk mendung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan CSR juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kaulitas hidup dan lingkungannya.

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon aktif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor dan dapat dilihat melalui penurunan harga saham. Wijayanto (2007) dalam Ni wayan (2010). Hasil penelitian Harjato dan Jo (2007) dalam Ni wayan (2010) juga menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2.8 Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Manajerial dan Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Gray, et al dalam Anggraeni (2006) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan manajer, semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Struktur kepemilikan oleh beberapa peneliti dipercaya mampu mempengaruhi jalannya suatu perusahaan yang nantinya akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Almilia dan Silvy (2006). Penelitian yang dilakukan oleh Rika (2008) menunjukkan bahwa secara parsial kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.9 Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Institusional dan Nilai Perusahaan

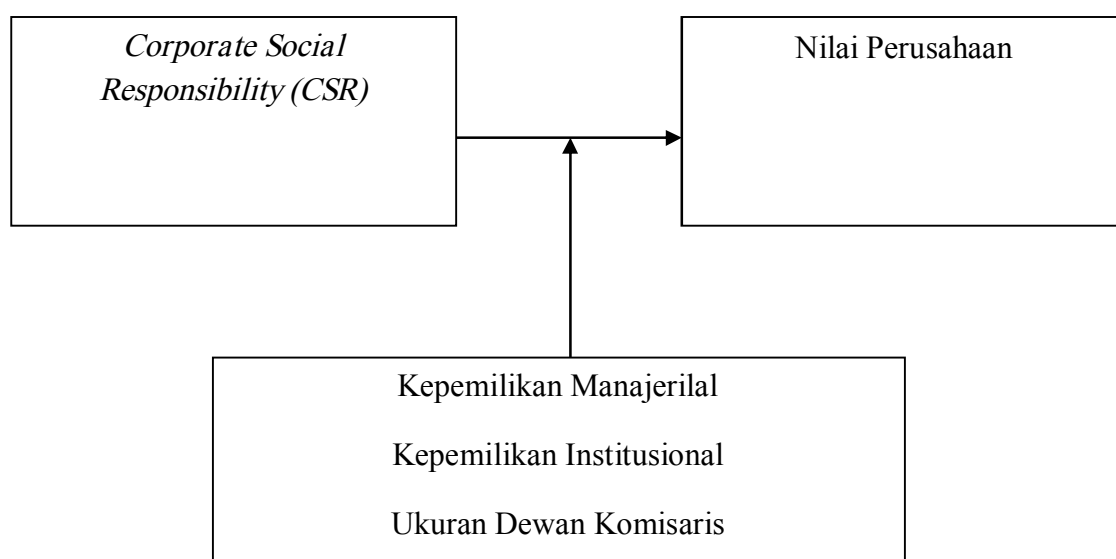
Kepemilikan Insitusional adalah jika saham yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dimiliki oleh institusi lain, investor institusional yang sering sebut sebagai investor yang canggih sehingga seharusnya lebih dapat menggunakan informasi periode sekarang dalam memprediksi laba masa depan dibanding investor non instusional. Hasil penelitian Balsam et al (2002) dan Vinola (2007) menemukan hubungan yang negatif antar *discretionary accrual* yang tidak diekspektasi dengan imbal hasil di sekitar tanggal pengumuman karena investor institusional mempunyai akses atas sumber informasi yang lebih tepat waktu dan relevan yang dapat mengetahui keberadaan pengelolaan laba lebih cepat dan lebih mudah dibandingkan investor individual.

2.2.10 Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Dewan Komisaris terhadap Nilai Perusahaan

Fungsi dewan komisaris adalah untuk mengawasi kinerja dari dewan direksi yang dipimpin oleh CEO. Efektifitas dewan komisaris dalam meyeimbangkan kekuatan CEO tersebut sangat dipengaruhi oleh tingkat indenpendensi dari dewan komisaris. Keberadaan dewan komisaris independen akan semakin menambah efektifitas pengawasan perusahaan. Semakin tinggi pengungkapan CSR dan semakin banyak dewan komisaris, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian teori serta kajian pustaka diatas, maka dapat disimpulkan suatu model kerangka pemikiran untuk menggambarkan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel moderating.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

- H₂ : Kepemilikan Manajerial memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan
- H₃ : Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan
- H₄ : Ukuran Dewan Komisaris memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan